revista del
consumidor
UNA PUBLICACIÓN DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR • NÚM. 145 • MARZO 1989, MÉXICO. 770 PESOS

La fría realidad de las carnes frías

Día Mundial del Consumidor

Los derechos de los pacientes

Herbolaria: remedios caseros

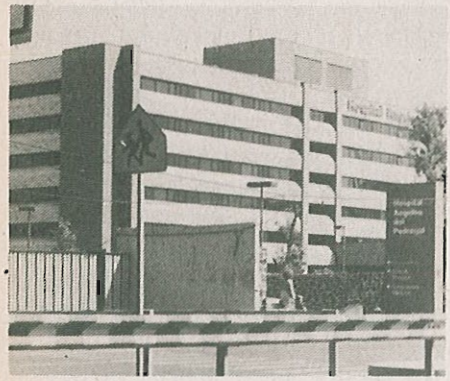
¿Le interesa alguno de estos temas?

- ¿Qué televisor le conviene? (Revista 131)
- Cómo ahorrar energéticos en casa (Revista 132)
- Recomendaciones para comprar zapatos y tenis de calidad (Revista 133)
- Cuidado con los juguetes de importación (Revista 134)
- Ventajas y desventajas de los discos compactos (Revista 135)
- Conozca las reglas del juego de las tarjetas de crédito (Revista 135)
- Qué onda con los hornos de microondas (Revista 136)
- Aprenda a hacer sus champúes, cremas y perfumes (Revista 136)
- Todo sobre los métodos para adelgazar (Revista 137)
- Sobre las alarmas para autos (Revista 137)
- Conozca la calidad de la ropa importada (Revista 138)
- Cómo invertir en los bancos (Revista 138)
- Qué pasa con los servicios y productos para la salud (Revista 139)
- La inutilidad de las máquinas de coser portátiles (Revista 140)
- Los derechos de los inquilinos (Revista 141)
- Cómo comprar un auto usado (Revista 142)
- Siete recomendaciones para invertir su dinero (Revista 142)
- Los peligros de "ser bella" por los cosméticos (Revista 143)
- Cómo contratar una mudanza (Revista 144)

Nunca es tarde

Usted puede adquirir cualquier número de La Revista del Consumidor. Si vive en el Distrito Federal acuda a Insurgentes Sur 1228-5o piso, col. Tlacoquemécatl del Valle, Delegación Álvaro Obregón. En el interior de la República solicítela en la Delegación del INCO más cercana a su domicilio.

Sumario

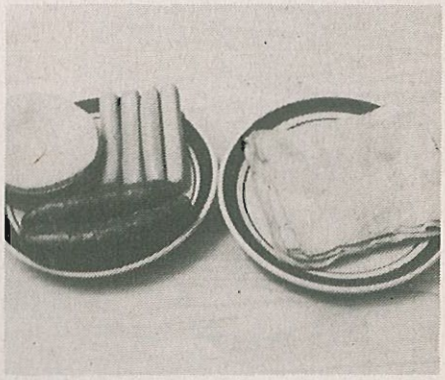


¿Larga espera?

Con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) enumera los derechos que en materia de salud tenemos todos los consumidores (7).

La fría realidad de las carnes frías

Un minucioso estudio de laboratorio revela que las carnes frías, como los leones, "no son como las pintan". Conozca su calidad (10).



¡Hágalo usted misma!

Ahorre pasos y muchos pesos: elabore carnes frías en casa. ¿Cómo hacerlas? (30).

Un buen remedio

La herbolaria ha demostrado su efectividad contra algunos padecimientos. Conozca algunas recetas, tal vez encuentre remedio a ese malestar que tanto le aqueja (40).

El buzón del consumidor 2
Carta del Secretario de Comercio 3
En defensa de la economía nacional 4
Derechos de los pacientes 7
Cómo se investigaron los embutidos 13
Clasificación de carnes frías 14
Análisis nutricional de embutidos 16
¿Qué dice la ley? 17
Las respuestas 18
Haga la prueba 20
Recomendaciones para la buena compra 21
Las ventajas y desventajas de los embutidos 22
Las ofertas 24
¿Quién es quién en salchichonería? 26
Gasto familiar vs gasto publicitario 28
Andanzas de los precios 34
Noticias del INCO 37
Crónicas del consumo en la época colonial 38

DIRECTORIO

Director General
José Merino Mañón

Direcciones:

Técnica
Salvador de Lara Rangel
Operación Regional
Griselda Arista Quezada
Promoción
Federico López de Alba
Administración y Finanzas
Eduardo Muñoz Aguilar
Radio y Televisión
Martha Susana Ruiz Silva

Revista del Consumidor

Director
José Merino Mañón

Asesor Editorial
Federico Álvarez
Editor
Ramón Félix de la Torre
Jefe del Depto. Editorial
Oscar Romero Rojas
Jefe de Información
Enrique Parada
Reporteros
Eduardo Aguilar, Amalia Beltrán, Sandra García, Laura Juárez, Juan Pedro Labastida, Enrique Lara, Roberto Carlo López, Dora Torres
Diseño Gráfico
Rafael López Castro
Hugo Álvarez
Diseñadores
Víctor M. Gutiérrez, Francisco Hernández, Enrique Méndez, Mónica Miranda, Nora G. Páez, Nelson Palomo, Dolores Ramírez, Fernando Rodríguez
Tipografía
Ana S. Chio, Jenny Salas
Fotógrafos
Gustavo Carrillo, Alejandro Castellanos, Mónica Delgado

Apoyo de los Departamentos

Bioquímica, Ingeniería, Estudios Económicos, Análisis sobre Comunicación, Alimentación y Nutrición, Seguimiento y Análisis del Consumo, Documentación e Información, Educación para el Consumo, Derechos del Consumidor, Operación, Información y Orientación Directa.

Teléfono de la Revista
559-73-77 ext. 162 ó 163

Para correspondencia, diríjase a: Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1228, 5o. piso, C.P. 03210, o al A.P. 20600, México, D.F.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Buzón del consumidor

Que siempre no

Revista del Consumidor:

Mi esposa y yo decidimos comprar un departamento en una unidad habitacional cercana al Panteón Civil de San Lorenzo Tezonco, en el Distrito Federal.

El promotor de ventas nos informó sobre las condiciones del plan de venta y las encontramos adecuadas a nuestro presupuesto: 5 millones de enganche, 4 millones de pago inicial (a pagar en dos meses) y, posteriormente, 120 mensualidades de 100 mil pesos cada una, es decir, 12 millones de pesos a pagar en 10 años. En suma, el precio total del departamento sería de 21 millones de pesos.

Sin embargo, después de hacer el primer pago el vendedor nos informó que el pago inicial había aumentado al doble, 8 millones, y a 200 mil pesos las mensualidades (hasta completar los 21 millones).

Como no pudimos conseguir los 4 millones que necesitábamos, el representante nos explicó que si no pagábamos en un lapso de 30 días nos regresarían nuestro dinero y ofrecerían el departamento a un cliente con "solvencia económica".

¿Qué puedo hacer para que se cumpla con las condiciones pactadas inicialmente, pues nos interesa comprar ese departamento?

Cudberto J. Galindo

Señor Galindo:

Para que usted evite este tipo de incumplimientos, le informamos que antes de pactar con cualquier compañía constructora puede solicitar a la Procuraduría Federal del Consumidor, información sobre el comportamiento comercial de la misma.

En cuanto a su caso, le informamos que de acuerdo con el artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor todo proveedor de bienes o servicios está obligado a respetar los términos, plazos, fechas y condiciones convenidas inicialmente con el consumidor. Por ello, puede acudir a la PROFECO a presentar su denuncia en Doctor Carmona y Valle No. 11 col. Doctores. Únicamente tiene que presentar dos fotocopias de cada uno de los documentos celebrados.

Aumento arbitrario

Revista del Consumidor:

Vivo en la Unidad Vicente Guerrero en la ciudad de México, y para dirigirme a mi trabajo, en el centro, utilizo todos los días una ruta de "combis" y la línea 2 del metro.

El motivo por el que les escribo es que desde hace varios días me he visto en la necesidad de hacer uso del servicio de la Ruta 1 de Peseros, dirección Metro Ermita-Vicente Guerrero, después de las 10 de la noche.

Se supone que a partir de las 22 horas, la ruta tiene autorizado cobrar a los pasajeros un 10 por ciento adicional a los 450 pesos que cobran por el servicio en el horario normal, es decir, están autorizados a cobrar 495 pesos.

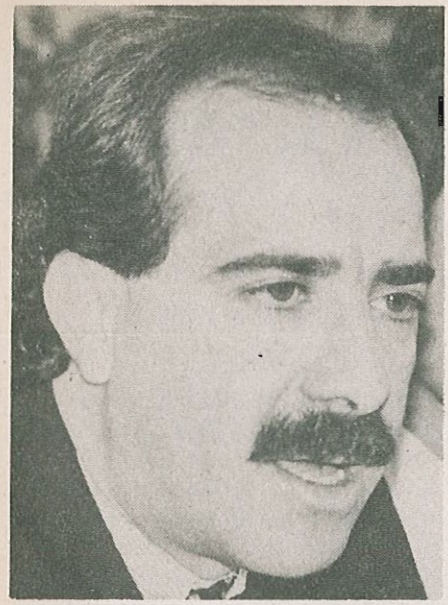
No obstante, **todas las combis** que se dirigen del Metro Ermita a la Unidad, después de las 10 de la noche, cobran 600 pesos y se molestan si uno les recuerda que no tienen autorización para incrementar la tarifa nocturna.

Como consumidores, ¿a dónde podemos acudir para que se controle más este servicio y los choferes no cobren lo que ellos quieran?

Luis Manuel Ocejo García

Señor Ocejo García:

Le sugerimos que se comunique a la Dirección General de Autotransporte Urbano del Departamento del Distrito Federal en el teléfono 654-27-99, en el departamento de quejas, en donde investigarán las violaciones a la tarifa oficial que cometen los conductores de esa ruta de "peseros".



Carta del Secretario de Comercio a los consumidores

El Gobierno de la República y los sectores productivos -trabajadores, campesinos y empresarios- han suscrito un pacto que implica compromisos de acción específicos y esfuerzos solidarios para propiciar la estabilidad y el crecimiento económico del país.

Mantener los niveles de precios vigentes al 12 de diciembre del año pasado es uno de los factores definitivos para que esos propósitos se alcancen. Más de 300 concertaciones específicas con fabricantes, prestadores de servicios y comerciantes han sido celebradas en días pasados en ese sentido. Ello ha hecho posible que los agentes económicos que intervienen en la producción, distribución y comercialización de bienes absorban dentro de sus costos los aumentos salariales decretados a partir de enero y los incrementos en los precios de algunos bienes que se encontraban rezagados, para que la mayoría de los precios al consumidor final no tengan variación durante el presente semestre.

En algunos casos, especialmente el de la leche, se han autorizado aumentos con el propósito de asegurar el abasto para la mayoría de la población. Esos incrementos se han inscrito en un programa más amplio para incentivar la producción y aumentar la oferta, de modo tal que los nuevos precios se mantengan y haya disponibilidad de los productos.

Los resultados alcanzados hasta ahora acreditan la eficiencia de la concertación. El índice de precios al consumidor en el mes de enero registró el menor aumento en ese periodo en los últimos once años.

Por otra parte, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ha promovido el fortalecimiento de las instancias de apoyo y protección al consumidor. La Procuraduría Federal del Consumidor cuenta ahora con amplias facultades para vigilar el cumplimiento de las leyes en materia de precios y para imponer las sanciones que procedan a quienes las violen. El Instituto Nacional del Consumidor ha sido también fortalecido para que pueda extender su actividad de información y orientación con mayor cobertura en el país y mayor intensidad en sus investigaciones y en la difusión de sus recomendaciones al público en general.

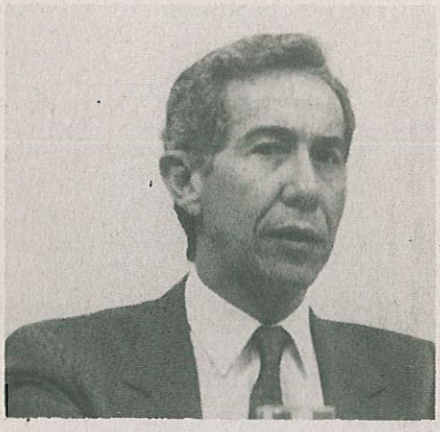
En ocasión del Día Mundial del Consumidor, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial reafirma su voluntad de continuar orientando y protegiendo a los consumidores. La ocasión es propicia, también, para formularles la excitativa a que ejerzan de manera individual los derechos que la ley les concede y a que incidan en sus propias decisiones de consumo en el ordenamiento y desarrollo del mercado.

Jaime Serra
Secretario de Comercio y Fomento Industrial

Ignacio Pichardo Pagaza

Procurador Federal del Consumidor

En defensa de la economía nacional



Para satisfacer nuestras necesidades requerimos bienes o servicios de otros. Todos, pues, somos consumidores de esos bienes y servicios que en la vida diaria contratamos, prácticamente sin darnos cuenta que hacemos uso de ellos.

Desde hace unos quince años, se fue haciendo más palpable que había una gran desproporción entre la situación legal de quienes compraban algo y la de quienes se lo vendían, o entre la de quien necesitaba un servicio cualquiera y quien se lo proporcionaba. Los consumidores estaban en la práctica completamente desprotegidos.

Para resolver esta situación, se propuso que hubiera una ley destinada a regular equitativamente las relaciones de consumo. Al cabo del tiempo, este anhelo cristalizó en la Ley Federal de Protección al Consumidor. En ella, en lenguaje claro y sencillo, se recogieron las disposiciones fundamentales que deben normar esas relaciones. La Ley busca que prevalezca la equidad en ella y contempla así no sólo los derechos de los consumidores, sino también de los proveedores de bienes y servicios al establecer procedimientos ágiles para resolver los problemas que puedan surgir, aunque con adecuado sentido de la realidad La Ley precisa, sobre todo, los derechos de los consumidores en vista de la desigualdad real que existe entre los sectores sociales y la necesidad de que el poder público intervenga para garantizar, en beneficio de los grupos económicamente más débiles, la protección que por sí mismos no pueden darse.

La defensa del consumidor está, a la vez, a cargo del Estado y de los propios consumidores: recíprocamente se necesitan y complementan; si el Estado no actúa, o los consumidores permanecen dormidos, la defensa es ineficaz, imposible.

Con plena conciencia de ello, se estableció por la Ley un organismo novedoso: la Procuraduría Federal del Consumidor, dotada de amplias facultades, basadas en un elevado concepto de la equidad. Su imparcialidad es absoluta y está abierta por igual, a proveedores y consumidores, lo que se manifiesta especialmente en la función conciliatoria que desarrolla para que se resuelvan las controversias entre unos y otros.

La Procuraduría Federal del Consumidor no tuvo antecedente ni paralelo reales en cualquier otro país. Es un organismo auténticamente mexicano, que en el momento actual, después de trece años de haber iniciado sus actividades, es objeto de atención y estudio en el extranjero para construir

o adaptar, siguiendo su modelo, instituciones similares en otras naciones.

Comenzó a funcionar el cinco de febrero de 1976. Es un órgano para administrar justicia y también para promover los intereses de la población consumidora.

Funciones de la PROFECO

Por una parte, la Procuraduría representa colectivamente ante toda clase de organismos, sean públicos o privados, a la población consumidora. Puede para ello realizar los trámites o gestiones que procedan, también puede en casos especiales, representar a los consumidores ante tribunales, cuando la trascendencia del asunto lo amerite. En este supuesto, la Procuraduría actúa como apoderado del consumidor.

En innumerables casos, los consumidores necesitan consejo legal sobre algún asunto o respecto de alguna transacción que desean realizar. La PROFECO les proporciona gratuitamente la asesoría que requieren.

Está obligada la Procuraduría Federal del Consumidor a denunciar, como cualquier otra autoridad, los hechos que lleguen a su conocimiento y puedan constituir un delito, pero además, está expresamente facultada (y obligada) a denunciar también ante sus superiores, la conducta indebida de servidores públicos que violen la ley de protección al consumidor.

La actividad más conocida de la Procuraduría, es la que se refiere a la solución de conflictos entre consumidores y proveedores. Para lograrlo dispone de los instrumentos legales adecuados, sobre todo de la posibilidad de intervenir como conciliador en los problemas que surgen. De los miles y miles de asuntos o quejas que se le han planteado, más del ochenta por ciento se resuelven rápidamente por la conciliación. En este procedimiento, la Procuraduría no se limita -ni podría limitarse a escuchar los puntos de vista del proveedor y del consumidor-, sino que les sugiere alguna fórmula, algún compromiso, para llegar a un convenio que solucione la controversia. Cuando no hay posibilidad o voluntad de llegar a un convenio satisfactorio, la Procuraduría invita a las partes a que la designen árbitro.

Desde luego, el arbitraje es voluntario, pero si proveedor y consumidor aceptan someterse a él, la sentencia (laudo) tiene carácter obligatorio. El procedimiento mismo lo acuerdan las partes y la PROFECO dicta su fallo que, si no se cumpliere, puede directamente ser exigido ante los tribunales.

Además, realiza labores de carácter preventivo para evitar abusos; los contratos de machote (contratos de adhesión) que se ofrecen a los consumidores, deben ser aprobados previamente por la Procuraduría, con lo que se logran impedir las cláusulas injustas o desproporcionadas..

El consumidor es un participante necesario, activo del proceso económico cuyos efectos siente directamente. En toda contratación, uno de los elementos básicos, es la cantidad a pagar por el bien o servicio de que se trate. En otras palabras, el comportamiento de los precios y tarifas repercute siempre en la situación del consumidor individualmente y en la población consumidora en general.

Aunque la fijación de precios y tarifas corresponde a otras autoridades, principalmente a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la vigilancia efectiva del cumplimiento de esos precios y tarifas requiere una actividad continua y sistemática en estrecha vinculación con los mismos consumidores, quienes son los directamente afectados por cualquier violación. La sola acción del Estado resultaría ineficaz. Por eso, tomando en cuenta la experiencia adquirida por la Procuraduría y la penetración social de su acción, en las recientes reformas a la Ley se encomiendan a este organismo las funciones relativas a la inspección y vigilancia de los precios y tarifas acordados, establecidos o autorizados por la Secretaría de Comercio, así como sancionar su violación, al aplicar para ello multas, clausuras o arrestos.

A lo largo del tiempo, se ha caracterizado por ser un organismo de buena fe, de absoluta imparcialidad y siempre abierto a la conciliación. Es natural que estas características continúen en el ejercicio de sus nuevas

Labores de la Procuraduría Federal del Consumidor*
Enero de 1989

Quejas y denuncias	
a) Quejas	21,570
b) Denuncias	8,148
. Violación de precios	6,922
. Violación de pesas y medidas	535
. No existencia de lista de precios	383
. Negación de venta	135
. Condicionamiento de venta	122
. Falta de suministro	51
Total	**37,866**
Asuntos atendidos en el mes	
. Asesorías Jurídicas	28,321
. Resoluciones Administrativas	670
. Contratos de Adhesión aprobados	29
Total	**29,020**
Actuaciones administrativas	
. Notificaciones	34,592
. Verificaciones	6,877
. Audiencias de conciliación	40,471
. Actuaciones arbitrales	974
Total	**82,914**

atribuciones, pues no se trata de realizar acciones represivas, sino de adoptar medidas que promuevan eficazmente la concertación y el desarrollo armónico de los distintos sectores que participan en el proceso económico y contribuyen así a un mayor bienestar social.

Desde otro ángulo, no puede soslayarse que las nuevas facultades de la Procuraduría se insertan también en el contexto de la coyuntura actual de la economía mexicana. En efecto, ahora más que nunca es preciso consolidar un adecuado comportamiento de los precios de bienes y servicios; pues aunque se ha logrado abatir la inercia inflacionaria, es indispensable reforzar los instrumentos que el Estado tiene a su alcance para combatirla, así como propiciar una mayor y más eficiente coordinación y conjugación de recursos y acciones en el ámbito de la administración pública.

Las funciones de inspección y vigilancia desempeñan un papel trascedental en los esfuerzos realizados por todos los sectores con miras al éxito del Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico (PECE). Mejorar los sistemas de control, modernizar los mecanismos con que se cuenta y en general, lograr la máxima eficiencia posible en la materia, constituyen tareas inaplazables. Por ello, tomando en cuenta sus experiencia y estructuras sólidas, se han encomendado estas funciones a la Procuraduría Federal del Consumidor, desincorporándola de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para que ésta actúe más nítidamente en su ámbito natural como autoridad normativa.

Como consecuencia lógica de sus nuevas atribuciones, formará parte de la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Pacto. Además estará facultada para actuar de oficio, sin necesidad de denuncia o reclamación de los particulares afectados; pero la ley, no conforme con eso, otorgará acción popular en materia de precios; es decir, cualquier persona puede denunciar ante la PROFECO las violaciones a precios o tarifas, sin que necesite acreditar su carácter de consumidor, o sea, sin que haya realizado compra alguna al proveedor denunciado. Esto promueve la participación directa de la ciudadanía en la vigilancia efectiva de precios y tarifas.

Con enfoque similar, de ampliar proyección a corto, mediano y largo plazo, debe contemplarse la otra nueva atribución de la PROFECO: de estudiar y proponer medidas encaminadas a fortalecer la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo. Ya no se trata únicamente, como antes decía la ley, de proponer disposiciones jurídicas, sino de todo tipo y ante cualquier autoridad para estar en posibilidad real de evitar prácticas que afecten no sólo a los intereses de los consumidores, sino a la marcha general de la economía nacional, sobre bases de auténtico respeto a los derechos de cada quien, tanto en lo individual cuanto colectivamente.

Giros mas demandados por quejas		Motivo de reclamación
. Teléfonos de México	3,191	- Incumplimiento en el servicio - No respeto del término del contrato - Cobro indebido
. Gas doméstico	2,369	- Incumplimiento en la entrega - Cobro indebido en el servicio - Incremento del precio oficial
. Mueblerías	1,009	- Incumplimiento en la entrega - Aumento en el precio original - Cobro indebido en el servicio
. Cía. de Luz y Fuerza y C.F.E.	931	- Cobro indebido - Incumplimiento en el servicio - No se respetaron los términos
. Inmobiliarias y promotoras	918	- Incumplimiento en la entrega del bien - Incremento en el precio original - Vicios o defectos ocultos
. Arrendamiento inmobiliario	785	- Vicios o defectos ocultos - No respeto del término del contrato - Incremento en el precio original
. Reparación de aparatos eléctricos	682	- Cobro indebido en el servicio - Daños y perjuicios - Incumplimiento en la garantía
. Talleres mecánicos	558	- No se respetaron los términos del contrato - Incumplimiento en el servicio - Cobro indebido
. Venta de aparatos eléctricos	470	- No se respetaron los términos del contrato - Incumplimiento en la entrega - Cobro indebido
. Comisión de agua potable y alcantarillado	374	- Incumplimiento en el servicio - Cobro excesivo
T o t a l	11,287	

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

Derechos de los pacientes

Los derechos que tenemos todos los consumidores del mundo en materia de servicios médicos, son tema frecuente de diversas publicaciones e instituciones. A continuación le proporcionamos la traducción de un artículo, de carácter mundial **publicado por la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU)**, a principios de este año.

El Día Mundial de los Derechos del Consumidor, además de ser un momento de celebración y solidaridad internacional, es una ocasión para demandar el cumplimiento de nuestros derechos, así como para denunciar toda clase de abusos relacionados con la prestación de servicios médicos.

Aquellos pacientes que conocen sus derechos y no vacilan en defenderlos, son quienes pueden esperar lo mejor de quienes prestan los servicios de salud.

Algunos doctores creen que a los pacientes no se les debe decir mucho acerca de su condición o tratamiento, especialmente si el conocimiento total del problema les causa malestar, preocupación y estrés. Otros pueden argumentar que los pacientes tienen problemas para entender la información detallada o porque, según ellos, los enfermos preferirían no escucharla.

Pero ¿quién mejor que nosotros sabe acerca de lo que sentimos, la naturaleza de nuestro malestar, o de los síntomas que experimentamos?

Todos los pacientes deben saber lo que razonablemente pueden esperar del cuidado a la salud que reciben, cuáles son sus derechos y responsabilidades, qué preguntas hacer y cómo actuar en beneficio de sus intereses.

En su XI Congreso Mundial (1984), la IOCU adoptó una resolución en la que exhorta a las autoridades de salud, y otras partes involucradas, a "elevar la dignidad de los pacientes y sus derechos como seres humanos, incluyendo el derecho a recibir información adecuada y precisa, a la seguridad, a recibir tratamiento y atención, y también el derecho a rechazarlo".

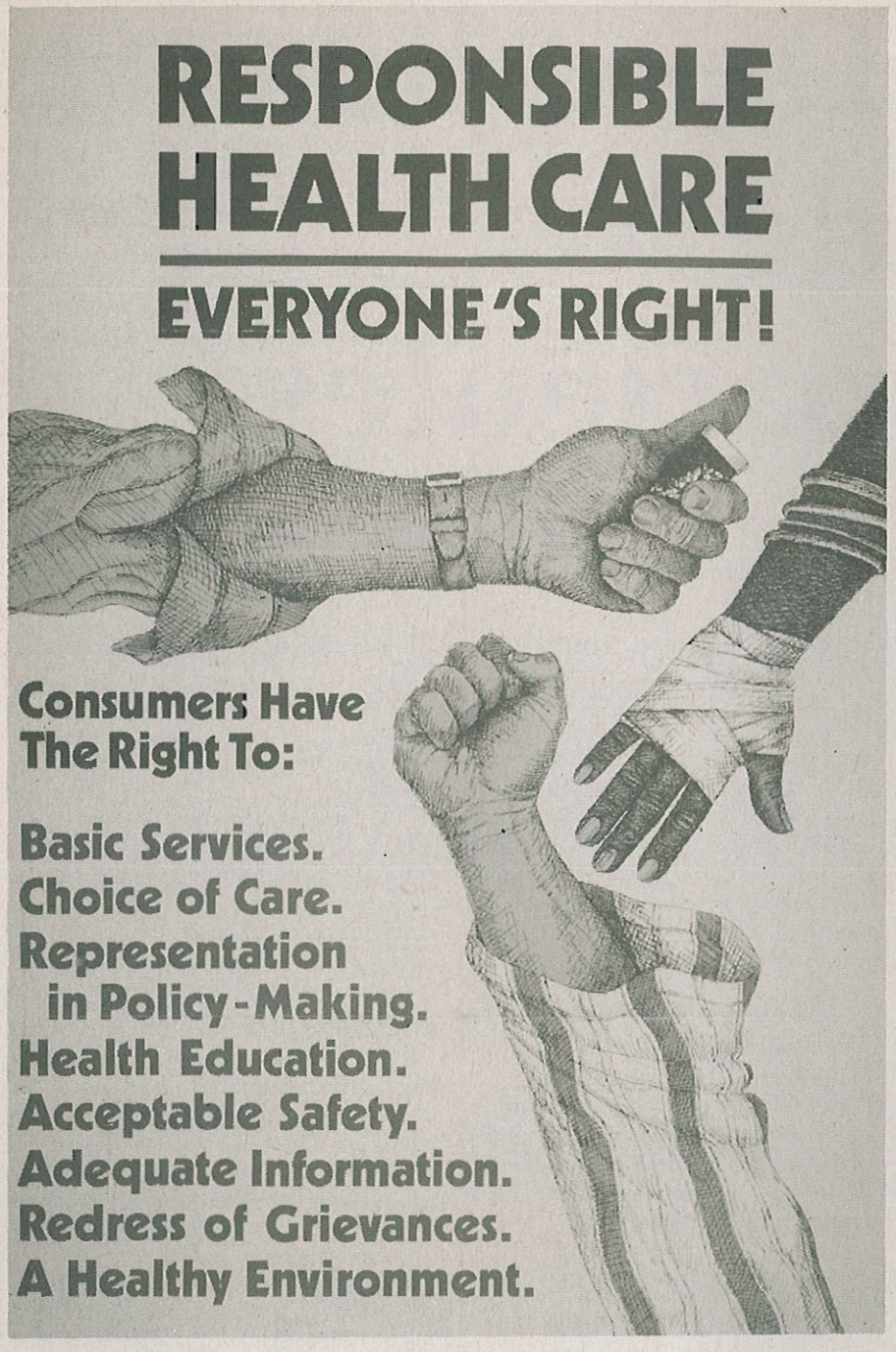
Los ocho derechos básicos del consumidor son:

- **El derecho a servicios básicos.**
- **El derecho a seguridad suficiente.**
- **El derecho a información adecuada.**
- **El derecho a opciones en la atención.**
- **El derecho a la representación en la creación de políticas.**
- **El derecho de atención a las demandas.**
- **El derecho a la educación para la salud.**
- **El derecho a un medio ambiente saludable.**

Ciertos derechos pueden parecer inalcanzables para las personas que aún no tienen acceso a los servicios básicos. Sin embargo, todos los individuos, independientemente de su condición, deben aprovechar cada oportunidad para involucrarse en las decisiones que afectan su propia salud.

Servicios básicos

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha desarrollado una lista



de cuatro requisitos mínimos para la atención adecuada de la salud en cualquier comunidad:

- Agua potable en la vivienda (o a 15 minutos de distancia caminando) y facilidades sanitarias en la vivienda o vecindad inmediata.
- Inmunización contra difteria, tétanos, tosferina, sarampión, poliomielitis y tuberculosis.
- Servicios de salud locales con 20 medicamentos básicos (a una hora de distancia caminando).
- Personal capacitado para la atención de embarazos y partos, así como atención pediátrica.

Seguridad suficiente

El derecho de los pacientes a la seguridad no significa recibir una atención exenta de riesgos en todos los aspectos. Las cirugías mayores, los tratamientos de emergencia y otros procedimientos médicos frecuentes acarrean un elemento de riesgo. Sin embargo, todo riesgo potencial debe ser discutido con el paciente al que no se le debe ocultar nada en relación con su enfermedad o padecimiento.

Aunque los doctores son expertos, no son infalibles. Cualquier paciente puede ser víctima de un diagnóstico o tratamiento equivocados. La incompetencia profesional y las prácticas médicas erróneas son serios problemas.

Información adecuada

Estar informado significa tener suficientes datos para entender los aspectos de la atención a la salud.

Sin excepción, cada paciente debe recibir una clara, concisa y franca explicación acerca de su condición física antes de comenzar cualquier tratamiento. Los riesgos y beneficios de los procedimientos médicos y métodos alternativos deben explicarse también en términos comprensibles.

El derecho de los pacientes a recibir información adecuada también incluye:

- Explicación completa del costo del servicio médico.
- Información sobre la calidad de los profesionales de la salud.
- Avisos sobre todos los aspectos relacionados con el uso de medicamentos, incluyendo los efectos secundarios que pueden causar.
- Explicación detallada de su condición, incluyendo acceso a expedientes médicos (este derecho se encuentra a discusión en muchos países).

Opciones en la atención

Este derecho se refiere a la posibilidad que tienen los pacientes para rechazar o aceptar cualquier tratamiento.

Es importante señalar que si el paciente decide en algún momento rechazar cierto procedimiento en particular, puede hacerlo con la mayor libertad.

El derecho de recibir opciones en la atención también incluye:

- Estar capacitado para rechazar la hospitalización o cualquier servicio de salud.
- Cambiar de médico o abandonar el servicio de atención a la salud en cualquier momento.
- Seleccionar los detalles de la enfermedad y del tratamiento que se

quieran mantener en un plano confidencial.

·Escoger servicios de salud "alternativos" de acupunturista, quiroprácticos, herbolarios o cualquier otro profesional de la salud.

Representación en la creación de políticas

Este derecho asegura a los consumidores que los servicios de atención a la salud, tienen una representación adecuada al interior de los organismos encargados de implementar políticas y en el proceso de toma de decisiones.

Los beneficios de la representación en la creación de políticas sobre servicios de atención a la salud incluyen:

- Fortalecimiento de la voz de los consumidores y balance de las prioridades de grupos gubernamentales, profesionales, técnicos e institucionales.
- Incremento al acceso de los consumidores y la comunidad en general, a la información sobre salud y servicios médicos.
- Seguridad de que las políticas y servicios sean impulsados o suprimidos de acuerdo al impacto que causan en la salud de los consumidores y en los servicios de salud.
- Refuerzo de la asignación de recursos necesarios para mantener adecuadamente los servicios de salud.

Atención a las demandas

El derecho a formular demandas y hacer oír nuestras quejas se extiende a cualquier paciente que sufre daño o pérdida debido a prácticas médicas erróneas, negligencia o cualquier otra anomalía.

Pero también puede ejercerlo quien padece los problemas cotidianos, como largas esperas para recibir consulta, atención descuidada, explicaciones vagas sobre el tratamiento e insensibilidad profesional.

Educación para la salud

Los pacientes tienen derecho a recibir educación para la salud, es decir, aquélla que les proporcione suficientes conocimientos para llegar a convertirse en consumidores bien preparados en materia de servicios médicos. La educación para la salud le brinda a las personas información sobre cómo mantenerse saludable y cómo reconocer y manejar las enfermedades.

Medio ambiente saludable

Los pacientes, como todos los consumidores, tienen derecho a estar protegidos contra la contaminación ambiental. Para muchos este derecho es un proyecto a largo plazo, no sólo en países en vías de desarrollo, sino también en naciones industrializadas.

En la actualidad se estima que 1.7 billones de personas carecen de servicios de agua potable, y cerca de 1.2 billones viven en condiciones antihigiénicas.

Mientras esos problemas son solucionados, ese medio ambiente favorable debe existir en el consultorio médico, el cuarto de hospital, o la clínica de primeros auxilios porque eso significa respetar los derechos de los pacientes.

*Fuente: IOCU**
Traducción: Dora Torres

** La Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) es un organismo independiente, no lucrativo, con sede en La Haya, Holanda, que opera exclusivamente en beneficio de los intereses de los consumidores.*
Agrupa a más de 150 uniones en 50 países, y sus principales actividades son: promover la cooperación en la educación para el consumo, brindar información y protección, así como representar a los consumidores en los foros internacionales.

Programas de salud en México

Fomentar la salud es tarea de todos los sectores involucrados con el bienestar de la población en México. Para lograr ese propósito, el sector salud ha puesto en marcha el **Programa Nacional de Promoción y Cuidado de la Salud** que incluye los siguientes programas específicos:

Salud Familiar:
la salud empieza por casa

Es muy importante alcanzar, por medio de una comunicación eficaz, los niveles de información necesarios para disminuir los riesgos a la salud y reforzar las conductas y prácticas higiénicas en el hogar.

Programa Nacional
de Vacunaciones

Implementar campañas para controlar las enfermedades prevenibles por vacunación y extender la cobertura a todos los niños menores de 5 años.

Salud escolar

Después del hogar, la escuela es el sitio obligado donde se puede gestar y afianzar la educación para la salud. De esta manera los maestros se convierten en valiosos colaboradores de los sistemas médicos.

Mayo:
mes de la salud materna

Es preciso cuidar la salud y mejorar la información de las mujeres por medio de un movimiento nacional que les brinde servicios de: detección oportuna de los cánceres de matriz y mama, información sobre salud reproductiva y consultas prenatales, entre otros.

Fluoruración de la sal de cocina

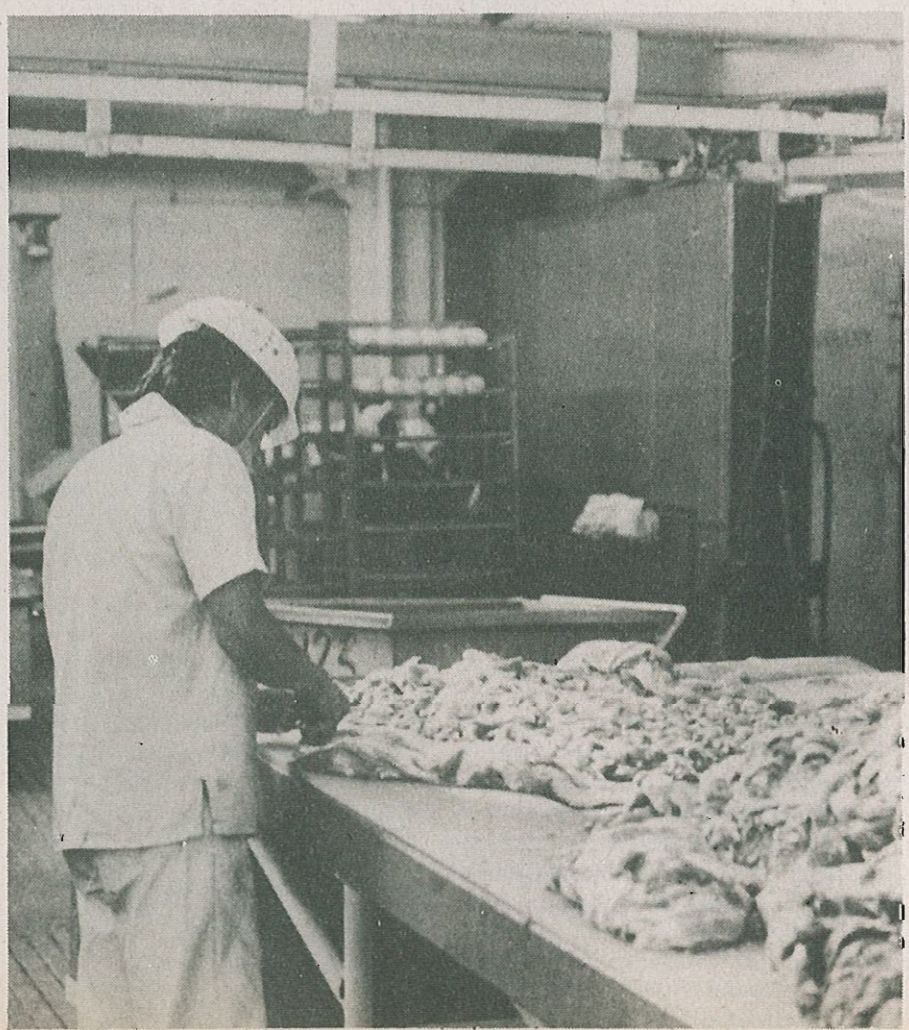
Debido al exceso de azúcar que se utiliza en los alimentos, la caries dentaria es un padecimiento que afecta en la actualidad al 98 por ciento de la población mexicana. Existe la posibilidad de reducir, hasta en un 60 por ciento, la incidencia de este padecimiento en los niños de 6 a 12 años agregando 250 miligramos de fluor por kilogramo a la sal de cocina.

Contenido real de los embutidos

No todos cumplen lo que dicen

Aunque el jamón y la salchicha comerciales son embutidos de gran demanda, su calidad no siempre es aceptable. En estos productos se han detectado adulteraciones que van desde la utilización de compuestos de origen vegetal hasta exceso de agua.

Con el propósito de investigar el valor nutritivo y la calidad sanitaria de algunas marcas de carnes frías, el Instituto Nacional del Consumidor realizó dos estudios: físico-químico, y otro de contenidos cárnicos o inmunológico. Ambos estudios forman parte de la investigación **Adulteración de carnes frías y embutidos**, efectuada en diciembre de 1988.



Hablando de calidad

El estudio físico-químico se hizo para comprobar la calidad nutritiva de los embutidos, es decir, para conocer el aporte de proteínas, grasas, carbohidratos y vitaminas de estos productos al organismo.

En el estudio de contenido cárnico, se investigó si las diferentes marcas de embutidos se encontraban adulteradas con otro tipo de carne, esto es, para saber si fueron preparados con carnes de especies animales no indicadas en las etiquetas de los mismos. Para ello se utilizó la técnica de Inmunodifusión en Gel, que permite identificar distintas especies animales presentes en un alimento procesado, prueba que actualmente se utiliza por diferentes instituciones como la Secretaría de Salud y la Universidad Nacional Autónoma de México.

Además se investigó la presencia de **adulterantes**, sustancias que se añaden intencionalmente a los alimentos para ocultar defectos de fabricación, aumentar su peso y volumen, acentuar su color, con la consecuente disminución de la calidad.

En los estudios realizados en nuestros laboratorios, se encontró que los adulterantes más utilizados en los embutidos son los derivados de la soya (texturizados y aislados) y el almidón (de papa y de trigo). Estos elementos no son perjudiciales para la salud pero, por su gran capacidad para retener el agua, los fabricantes los utilizan para darles un mayor peso a las carnes frías, aunque su contenido real de carne sea menor. De esta

manera, se consolida un fraude para los consumidores.

También se investigó si los embutidos cumplían con la calidad comercial en cuanto a las características de presentación, y a la información comercial que deben tener los productos en sus etiquetas.

Nuestros primeros resultados

En la primera parte del estudio, se investigaron 4 marcas de jamón, 4 de salchicha tipo Viena, 4 de mortadela y 4 de queso de puerco. Con los resultados se pudieron establecer los porcentajes de agua, proteínas y grasas de cada uno de los embutidos.

Además, en este análisis se verificó el contenido de fosfatos, que son aditivos que no representan riesgos para la salud, pero se utilizan para darles una mayor homogeneidad y consistencia a las carnes frías, así como para que retengan el agua.

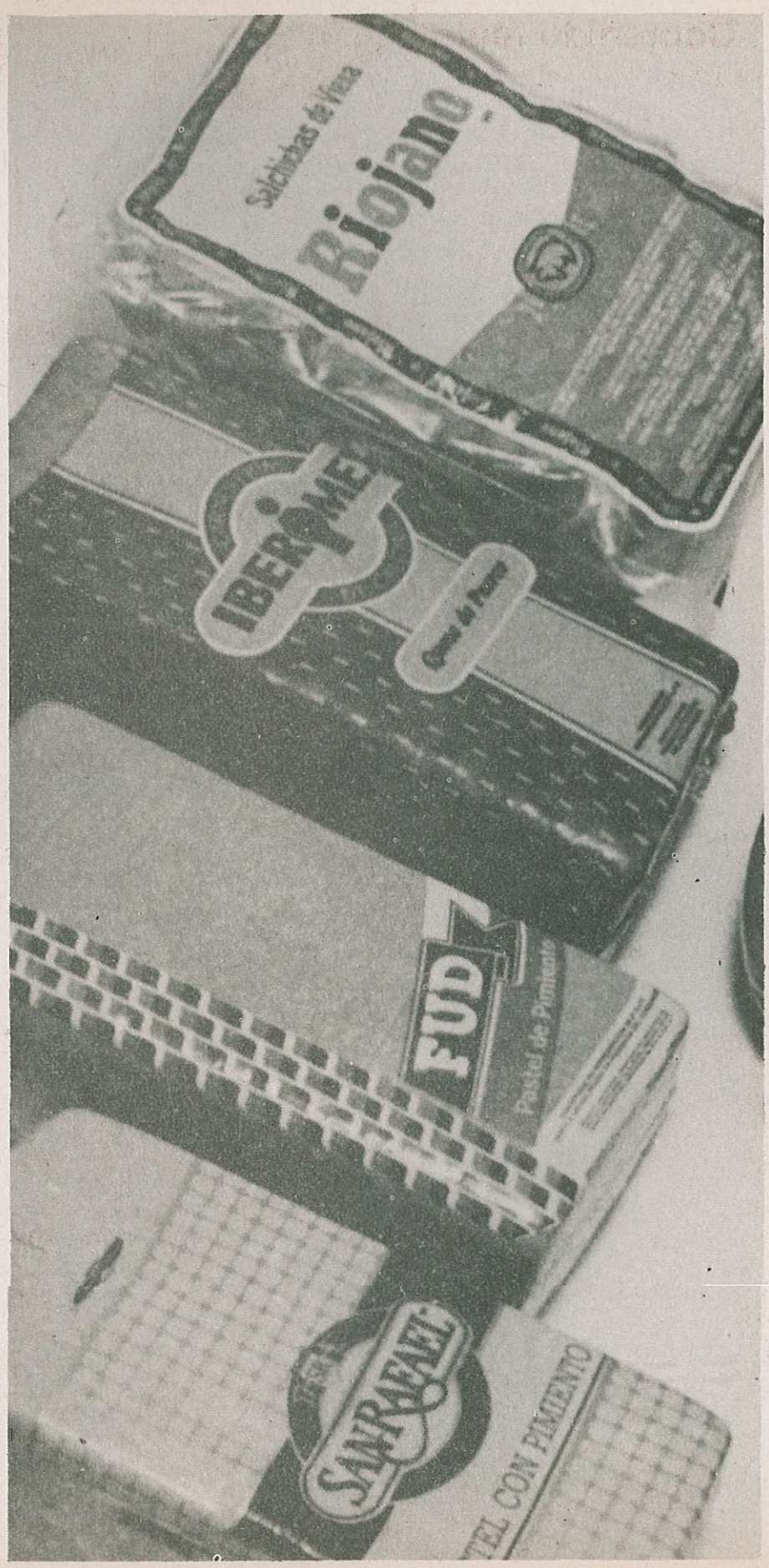
Jamones de agua

En general, las cuatro marcas de jamón analizadas (**Fud, Zwan, Iberomex y Alpino**), mostraron un contenido de agua superior al establecido en la Norma Oficial Mexicana, por lo que su calidad se consideró regular. **De acuerdo con los resultados obtenidos, por cada kilo de jamón se adquieren entre 750 y 760 gramos de agua, lo que representa un fraude para el consumidor.** Esta situación provoca que los jamones sean más susceptibles de contaminarse fácilmente con bacterias, hongos y otros microorganismos, por lo que es indispensable que estén en refrigeración permanente. El jamón marca **Zwan** se calificó de mala calidad, debido a que tuvo un contenido de fosfatos mayor al establecido. Si bien los fosfatos no perjudican a la salud, contribuyen a un mayor contenido de agua en el producto.

En cuanto a su contenido de proteínas y grasa, todas las marcas estudiadas cumplieron con lo establecido por la normatividad mexicana para el jamón cocido.

Salchichas con poca proteína

Las salchichas de las marcas **Fud** e **Iberomex** se clasificaron como



Jamón cocido

Marca y tipo*	Porcentaje de agua	Porcentaje de proteínas	Porcentaje de grasa	Porcentaje de fosfatos	Evaluación global
Fud horneado	76	16.9	4.1	0.27	Regular
Zwan horneado	75	16.4	4.2	0.33	Mala
Iberomex horneado	75	17.4	5.1	0.29	Regular
Alpino americano	75	17.0	5.1	0.29	Regular
N O M	74 máx.	16 mín.	15 máx.	0.3 máx.	

* El "tipo" se refiere exclusivamente al proceso de cocimiento y a las características que se obtienen de acuerdo a éste.

Salchichas tipo Viena

Marca	Porcentaje de agua	Porcentaje de proteínas	Porcentaje de grasa	Porcentaje de fosfatos	Evaluación global
Fud	61.5	8.0	18.8	0.17	Mala
Zwan	67.4	10.2	10.7	0.18	Buena
Iberomex	63.9	9.0	17.5	0.19	Mala
Alpino	70.4	9.7	8.6	0.12	Regular
N O M	70 máx.	9.5 mín.	30.0 máx.	0.3 máx.	

Mortadela

Marca	Porcentaje de agua	Porcentaje de proteínas	Porcentaje de grasa	Porcentaje de fosfatos	Evaluación global
Fud	66.1	11.7	12.8	0.19	Mala
Zwan	72.3	12.3	9.6	0.16	Mala
Iberomex	62.1	10.3	18.2	0.25	Mala
Alpino	65.2	11.8	12.1	0.14	Mala
N O M	60 máx.	14 mín.	25 máx.	—	

de mala calidad, debido a que no cumplieron con el porcentaje mínimo de proteínas que señala la norma, siendo este renglón uno de los más importantes dentro de su calidad nutricional. La marca **Zwan** cumplió con todos los requisitos físico-químicos. Las salchichas de la marca **Alpino** se clasificaron como de regular calidad, ya que tuvieron un contenido de agua mayor al resto de las marcas y ligeramente superior al límite máximo establecido en la norma.

Mortadelas de mala calidad

De los embutidos conocidos como mortadela, **ninguna de las marcas analizadas resultó ser de calidad aceptable**, ya que todas rebasaron el contenido máximo permitido de agua. En el caso de la marca **Zwan** esta situación se hizo más evidente con un contenido de agua 12.3 por ciento superior al establecido, lo que indica una posible adición de féculas y productos derivados de la soya. Ninguno de los productos cumplió con el porcentaje mínimo de proteínas establecido en la norma (14 por ciento). Al ser el contenido proteico uno de los renglones más importantes del análisis, se puede decir que el aporte nutricional de la mortadela es mínimo.

Queso de puerco, el menos malo

En términos generales, la calidad del embutido conocido como queso de puerco resultó buena; únicamente la marca **San Rafael** sobrepasó en casi tres por ciento el contenido máximo de humedad que establece la norma, por lo que se le calificó como de calidad regular. La marca **ABC** cumplió satisfactoriamente con todas las pruebas, por lo que se le consideró de muy buena calidad.

Queso de puerco

Marca	Porcentaje de agua	Porcentaje de proteínas	Porcentaje de grasa	Porcentaje de fosfatos	Evaluación global
Fud	50.8	16.5	30.9	0.13	Buena
Iberomex	50.7	16.7	32.2	0.12	Buena
San Rafael	52.6	17.2	30.1	0.08	Regular
ABC	48.45	18.03	32.3	0.10	Muy buena
N O M	50 máx.	15 mín.	50 máx.	---	

Adulteraciones en embutidos

En el análisis del contenido cárnico de los embutidos se verificó que cada uno de los productos estuviera elaborado con carne de la especie o especies que indican en sus etiquetas, y la posible adulteración con carne de otras especies diferentes a las señaladas.

Para comprobar la veracidad de nuestros resultados, se elaboraron "embutidos patrón" a base de carne de las especies que indican las etiquetas de los diferentes embutidos comerciales. Estos "embutidos patrón" nos permitieron verificar que los resultados de la investigación son confiables ya que se detectó únicamente carne de las especies utilizadas, a diferencia de los embutidos comerciales, mismos que tuvieron un contenido de carne diferente al que indican en sus etiquetas.

Los resultados para cada uno de los productos analizados, se encuentran en las siguientes tablas. Cabe mencionar que al no encontrarse la presencia de carne de perro en los embutidos, sus resultados no son incluidos en las conclusiones.

Cómo se investigaron los embutidos
(Ficha técnica)

Método de **Inmunodifusión en Gel** para detectar carne de diferentes especies animales.

Fundamento

Cuando un organismo recibe proteínas procedentes de otro taxonómicamente alejado, se produce un estímulo antigénico y los anticuerpos que se forman reaccionan específicamente frente a las proteínas que estimularon su formación. A este tipo de anticuerpos se les denomina antiespecie y tienen muchas aplicaciones; una de ellas es emplearlos para determinar de que especie proceden las carnes y sus derivados.

En la investigación del INCO se prepararon sueros estériles de las especies para utilizarlos como antígenos en la inmunización de conejos. Con los anticuerpos así obtenidos se llevaron a cabo reacciones antígeno-anticuerpo en diferentes muestras de carne procesada.

Metodología

Se prepara Agar de Coggins y se vacían aproximadamente 20 mililitros en una caja de Petri. Cuando solidifica el medio, se realizan siete perforaciones o pozuelos evitando que lleguen al fondo de la caja (una al centro y seis circundantes).

La muestra se prepara macerándola con una solución salina. Se centrifuga y se obtiene el sobrenadante con el cual se llenarán los orificios circundantes del Agar. El anticuerpo específico se coloca en el orificio del centro. Las cajas se incuban durante 48 horas.

Interpretación de resultados

Después de la incubación, si la muestra contiene carne de la misma especie del antisuero específico colocado en el centro del Agar, se observará una línea de precipitación.

Es importante señalar que con objeto de establecer un control sobre el método, se elaboraron productos patrón de cada uno de los embutidos analizados.

Fuente: Departamento de Investigaciones Químico Biológicas. INCO.

Clasificación de los embutidos

De acuerdo con los resultados de una investigación realizada por el Instituto Nacional del Consumidor, los embutidos se clasifican en tres grandes grupos:

Embutidos crudos madurados. Son aquéllos que durante su elaboración no requieren de un proceso de cocimiento y son embutidos, generalmente, en tripas naturales para favorecer su maduración. Como ejemplos característicos de este grupo podemos mencionar el chorizo, la longaniza y el salami, entre otros.

Es importante señalar que estos productos, para conservarse en buenas condiciones, **no requieren refrigeración.**

Embutidos cocidos. Como su nombre lo indica son aquéllos que durante su fabricación son sometidos a un proceso de cocción, ya sea en horno, a vapor o en agua. Todos ellos son previamente curados en salmuera para obtener sus características de color, gusto y consistencia. El ejemplo más conocido de este tipo de embutidos es el jamón. **Estos productos sí requieren refrigeración.**

Embutidos escaldados o emulsiones. Este grupo lo forman las salchichas, mortadelas y pasteles. Se les llama escaldados porque son sometidos a un proceso térmico, llamado escalde, para que adquieran su consistencia característica. También son conocidos como emulsiones porque en ellos se mezcla el agua, la grasa y las proteínas, elementos que generalmente no se pueden combinar para dar lugar a un producto homogéneo. Es precisamente en esta etapa del emulsionado en donde pueden ser adulterados fácilmente mediante la adición de soya y almidones, que retienen gran cantidad de agua y proporciona características similares de consistencia, sabor y color que los productos originales elaborados con carne. **Estos productos sí requieren refrigeración.**

Jamón cocido

Especies presentes

Marca y tipo	Especie indicada en la etiqueta	Especie cárnica no declarada en la etiqueta	Evaluación global
Fud horneado	Cerdo	no	Buena
Zwan horneado	Cerdo	sí	Mala
Iberomex horneado	Cerdo	no	Buena
Alpino americano	Cerdo	sí	Mala
Parma ahumado	Cerdo	no	Buena
Duby horneado	Cerdo	sí	Mala
Kir americano	Cerdo	no	Buena
San Rafael americano	Cerdo	sí	Mala

Chorizo y longaniza

Especies presentes

Producto y marca	Especie indicada en la etiqueta	Res	Especie cárnica no declarada en la etiqueta	Evaluación global
Chorizo Alicante	Cerdo	sí	sí	Regular
Chorizo Riojano	Res y cerdo	no	sí	Regular
Chorizo San Rafael	Res y cerdo	no	sí	Malo
Longaniza Don Fer	Res y cerdo	no	sí	Regular
Longaniza Iberomex	Res y cerdo	no	sí	Regular
Longaniza Riojano	Res y cerdo	no	sí	Mala

Fuente: Departamento de Investigaciones Químico Biológicas. INCO. 1988

Mortadela

Especies presentes

Marca	Especie indicada en la etiqueta	Res	Otra especie no indicada en la etiqueta	Evaluación global
Iberomex	Res y cerdo	no	sí	Mala
Parma	Res y cerdo	no	sí	Regular
Zwan	Res y cerdo	no	sí	Mala

Pastel pimiento

Especies presentes

Marca	Especie indicada en la etiqueta	Res	Cerdo	Evaluación global
Duby	Res y cerdo	no	no	Mala
Fud	Res y cerdo	no	no	Mala
Riojano	Res y cerdo	no	no	Mala

Salchichas

Especies presentes

Marca y tipo	Especie indicada en la etiqueta	Res	Cerdo	Evaluación global
Fud cocktail	Res y cerdo	no	no	Mala
Riojano cocktail	Res y cerdo	no	no	Mala
Zwan cocktail	Res y cerdo	no	no	Mala
Ida tipo Viena	Res y cerdo	no	no	Mala
Kir tipo Viena	Res y cerdo	no	no	Mala
Zwan Viena	Res y cerdo	no	no	Mala

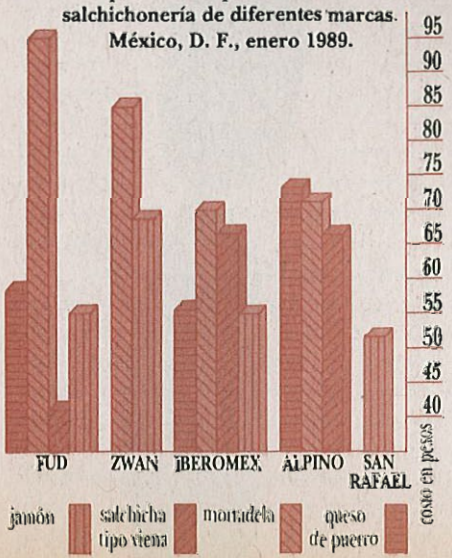
REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

Análisis nutricional de los embutidos

A continuación le presentamos información del precio por gramo de proteína de algunos productos de salchichonería.

Producto	Precio promedio por gramo de proteína (pesos)
Jamón	62
Queso de puerco	53
Mortadela	60
Salchicha tipo Viena	80

Precio promedio por gramo de proteína de productos de salchichonería de diferentes marcas. México, D. F., enero 1989.



Producto	Contenido de proteína(1) (por 100 gramos)	Precio promedio(2) (pesos por kilogramo)	Precio por gramo de proteína (pesos)
Jamón			
Fud	16.90	9,602	57
Ibero-Mex	17.41	9,582	55
Alpino	17.00	12,404	73
Salchicha tipo Viena			
Fud	8.00	7,420	93
Zwan	10.19	8,656	85
Ibero-Mex	9.06	6,360	70
Alpino	9.67	6,945	71
Mortadela			
Fud	16.69	7,030	42
Zwan	12.30	8,436	68
Ibero-Mex.	10.30	6,767	66
Alpino	11.86	7,859	66
Queso de puerco			
Fud	16.48	9,160(3)	55
Ibero-Mex	16.66	9,160	55
San Rafael	17.19	9,160	53
Alpino	18.03	9,160	51

(1) Valor reportado por el Depto. de Bioquímica (INCO)
(2) Precios INCO del 31 de enero de 1989 (promedio).
(3) Precio reportado como promedio al 16 de febrero de 1989.

Como puede apreciarse en la gráfica, el precio por gramo de proteína proveniente del queso de puerco resulta ser el más barato, en promedio, de todas las marcas.

En contraste, la salchicha tipo Viena resulta ser una fuente cara de proteína, ya que el precio por gramo de este nutrimento es el más alto en promedio, de todas las marcas.

Es importante recalcar el hecho, que gráficamente se muestra, de que para un mismo producto hay variación en el costo por gramo de la proteína correspondiente, dependiendo de la marca que lo comercialice. Esto apoya la recomendación de comparar precios antes de comprar cualquier alimento.

REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

En embutidos Qué dice la Ley

De acuerdo con la Ley los embutidos deben cumplir con requisitos.

Los jamones deben ser...

En 1982 se publicó la Norma Oficial Mexicana en donde se indican los requisitos que debe tener la carne de cerdo para ser clasificada como "jamón cocido".

"Un jamón -señala la Norma- es el producto alimenticio preparado con la carne de las piernas traseras de cerdos sanos, sacrificados bajo inspección sanitaria (en su elaboración) se debe excluir la carne maltratada, además de quitar todos los huesos y dejar prácticamente libre de cartílagos, tendones, ligamentos sueltos y tejido conjuntivo. Sometida a curación y cocimiento".

Además, la Norma indica el máximo permitido de humedad (74 por ciento) y de grasa (15 por ciento), así como el mínimo de proteína que debe tener el jamón (16 por ciento).

Si de salchichas se trata

En 1984, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) dio a conocer la Norma que establece los requisitos necesarios para producir salchichas de calidad.

Según dicha Norma, **"la salchicha es un producto de pasta semifirme elaborada con no menos de 60 por ciento de carne de res y de cerdo, mezclado con grasa de cerdo, sometidos a curación, pudiendo ser ahumados o no, y empacados en material adecuado para su distribución y conservación".**

En la Norma se especifica que existen tres tipos de salchichas y un solo grado de calidad: tipo **Viena, Franckfort** y **Cocktail.** En cuanto a la calidad de este embutido se hace referencia a un máximo de humedad del 70 por ciento, un contenido de grasa del 30 por ciento y un mínimo de proteínas de 9.5 por ciento.

La mortadela debe ser...

Dada a conocer en 1971, la Norma que rige la producción de este embutido define a la mortadela como un producto alimenticio obtenido de la mezcla de carne de res, carne y grasa de cerdo, salada, sometida a proceso de curado, molida, embutida, cocida y ahumada.

En la Norma, el máximo de humedad permitido es del 60 por ciento, grasa 25 por ciento y un mínimo de proteína de 14 por ciento.

Información básica

Invariablemente, los productos como el jamón cocido, la salchicha y la mortadela, entre otros, deben tener en su etiquetado la información necesaria que permita al consumidor conocer las características de contenido así como el valor nutritivo del producto.

A continuación presentamos algunas de las indicaciones que, por Ley, deben tener todos los embutidos (tengan o no Norma Oficial Mexicana para su elaboración) en sus etiquetas o presentaciones:

1. Nombre y marca registrada.
2. Número de registro en la Secretaría de Salud.
3. Contenido neto.
4. Lista completa de los ingredientes, incluyendo los aditivos, especie y porcentaje de carne y grasa.
5. Especificar el contenido de harinas de cereales, féculas, almidones o mezcla de los productos anteriores utilizados en la elaboración del producto (si su cantidad es mayor al 5 por ciento reglamentario).
6. Las leyendas **Hecho en México** y **Consérvese en refrigeración** (si el producto lo requiere).
7. Nombre o razón social del fabricante.

Los que no tienen normas

Actualmente no existe una Norma que regule y controle la producción de longaniza y chorizo, por lo tanto no hay control de calidad específico sobre estas carnes frías.

No obstante, el chorizo, al igual que los demás embutidos, debe cumplir con los requisitos de calidad, información en la etiqueta e higiene que señala la Ley General de Salud.

El Reglamento de la Ley General de Salud en materia de control sanitario de actividades, establecimientos, productos y servicios establece:

Artículo 484.- Se prohíbe designar a los productos con nombres que no correspondan a la composición, clase y origen del producto.

Artículo 490.- En los productos emulsionados, como la salchicha y mortadela, se podrán adicionar como ligadores, harinas, féculas o almidones, hasta 10 por ciento; leche entera o descremada, caseinato de sodio, harina o concentrado de soya hasta 3.5 por ciento; proteína aislada de soya hasta 2 por ciento.

Artículo 492.- Debe indicarse la o las especies animales empleadas y sus porcentajes, así como el contenido de ligadores si excede del 5 por ciento.

Ley Federal de Protección al Consumidor

Artículo 5o.- Todo proveedor de bienes o servicios está obligado a informar clara, veraz y suficientemente al consumidor, cualquiera que sea el medio que utilice. En consecuencia, se prohibe que en cualquier tipo de información, comunicación o publicidad comercial se haga uso de textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud, obscuridad, omisión, ambigüedad, exageración o que por cualquier otra circunstancia puedan inducir al consumidor a engaño, error o confusión sobre:

I. El origen del producto, bien sea geográfico, comercial o de cualquier otra índole o, en su caso, del lugar de prestación del servicio y la tecnología empleada.

II. Los componentes o ingredientes que integran el producto o el porcentaje de que concurran en él.

REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

Las respuestas

Qué hizo el INCO

Como se desprende de los estudios realizados por el Instituto Nacional del Consumidor, algunos fabricantes de embutidos **no incluyen** en sus productos los ingredientes que especifican en sus etiquetas; incluso algunos de ellos elaboran sus productos sin ajustarse a las normas oficiales en materia de embutidos.

Aun cuando estas anomalías no provocan daños a la salud, los fabricantes de estos productos sí violan las disposiciones legales correspondientes. En virtud de ello, el INCO entregó un informe detallado de dicha investigación a la Secretaría de Salud y a la Procuraduría Federal del Consumidor, con el propósito de que apliquen las sanciones que en derecho correspondan, a fin de que se corrijan dichas anomalías.

En respuesta a esta gestión, tanto la Secretaría de Salud como la Procuraduría Federal del Consumidor, enviaron las comunicaciones que se consignan en estas mismas páginas.

Cabe mencionar que el INCO ha estado trabajando coordinadamente con la Secretaría de Salud para que se incrementen las medidas de control sanitario de los embutidos, a fin de que se ofrezcan al consumidor alimentos de mejor calidad.

La Secretaría de Salud informó que aquellos fabricantes que no cumplan con la normatividad que marca la ley, se harán acreedores a las sanciones que establece la Ley General de Salud.

Qué dice la PROFECO

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

DEPENDENCIA SECRETARIA PARTICULAR

No. DEL OFICIO: S.P. 1.1. 00 070

EXPEDIENTE

ASUNTO:

México, D.F. 24 de febrero de 1989.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
FEB 24 1989
RECIBIDO
DIRECCION GRL.

C.P. JOSE MERINO MAÑON
DIRECTOR GENERAL DEL
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
P R E S E N T E

Me refiero a su atento DGRO1/041/89 de esta misma fecha, mediante el cual señala usted que del resultado del protocolo de investigación sobre los contenidos en distintos tipos de embutidos deriva que un buen número de productos registran indicios de adulteración y violaciones a la Norma Oficial (NOM).

En tal virtud, esta Procuraduría formulará el análisis de los resultados de la mencionada investigación con el propósito de determinar posibles violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor y, en consecuencia, imponer, en su caso, las posibles sanciones a que haya lugar o determinar otras consecuencias jurídicas aplicables.

Habremos de mantener informado a usted de los resultados del análisis jurídico mencionado.

A T E N T A M E N T E
EL PROCURADOR

LIC. IGNACIO PICHARDO PAGAZA

Al contestar este oficio, citense la fecha y los datos contenidos en el ángulo superior derecho.

Qué dice la Secretaría de Salud

C.G.2

SECRETARIA DE SALUD

0112

DEPENDENCIA DIRECC.GRAL.DE CONTROL SANITARIO DE BIENES Y SERVICIOS
SECCIÓN DIRECC.DE REG.Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS
MESA
NÚMERO DEL OFICIO DGCSBS/401/ 0325
EXPEDIENTE

ASUNTO:

México, D.F., a 28 FEB 1989

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
RECIBIDO
MAR. 1 1989
SECRETARIA PARTICULAR

C.P. JOSE MERINO MAÑON
DIRECTOR GENERAL
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Insurgentes Sur No. 1228
México, D.F.

En relación a su oficio No. DGR. 01-042-89 del 24 de febrero del año en curso, dirigido a la Dra. Mercedes Juan, Subsecretaria de Regulación Sanitaria y Desarrollo de esta Secretaría, en el cual remite un estudio sobre los diferentes tipos de adulteración y contaminación que el Instituto Nacional del Consumidor encontró en diferentes productos cárnicos, por medio del presente comunico a usted que esta Secretaría ha estado trabajando con el Laboratorio Nacional de Salud Pública para que con el método de Inmunodifusión en gel se detecten las especies no autorizadas en dichos productos; por lo que en cuanto se cuenten con los resultados se le harán de su conocimiento.

Con respecto a la contaminación microbiológica y el uso de substancias adulterantes, la Secretaría ha aplicado severas sanciones a diferentes negociaciones por lo que al reincidir se aplicarán sanciones más drásticas.

Sin otro particular y en espera de que sus próximos resultados detecten una mejoría a la calidad sanitaria de los productos, reitero a usted mi consideración.

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION
EL DIRECTOR GENERAL

DR. ROGELIO MONTEMAYOR CALINDO

c.c.p. Dra. Mercedes Juan, Subsecretaria de Regulación Sanitaria y Desarrollo.- Para su superior conocimiento.- P r e s e n t e

RMG/CBCM/bda.

Al contestar este oficio, citense los datos contenidos en el ángulo superior derecho.

REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

HAGA LA PRUEBA

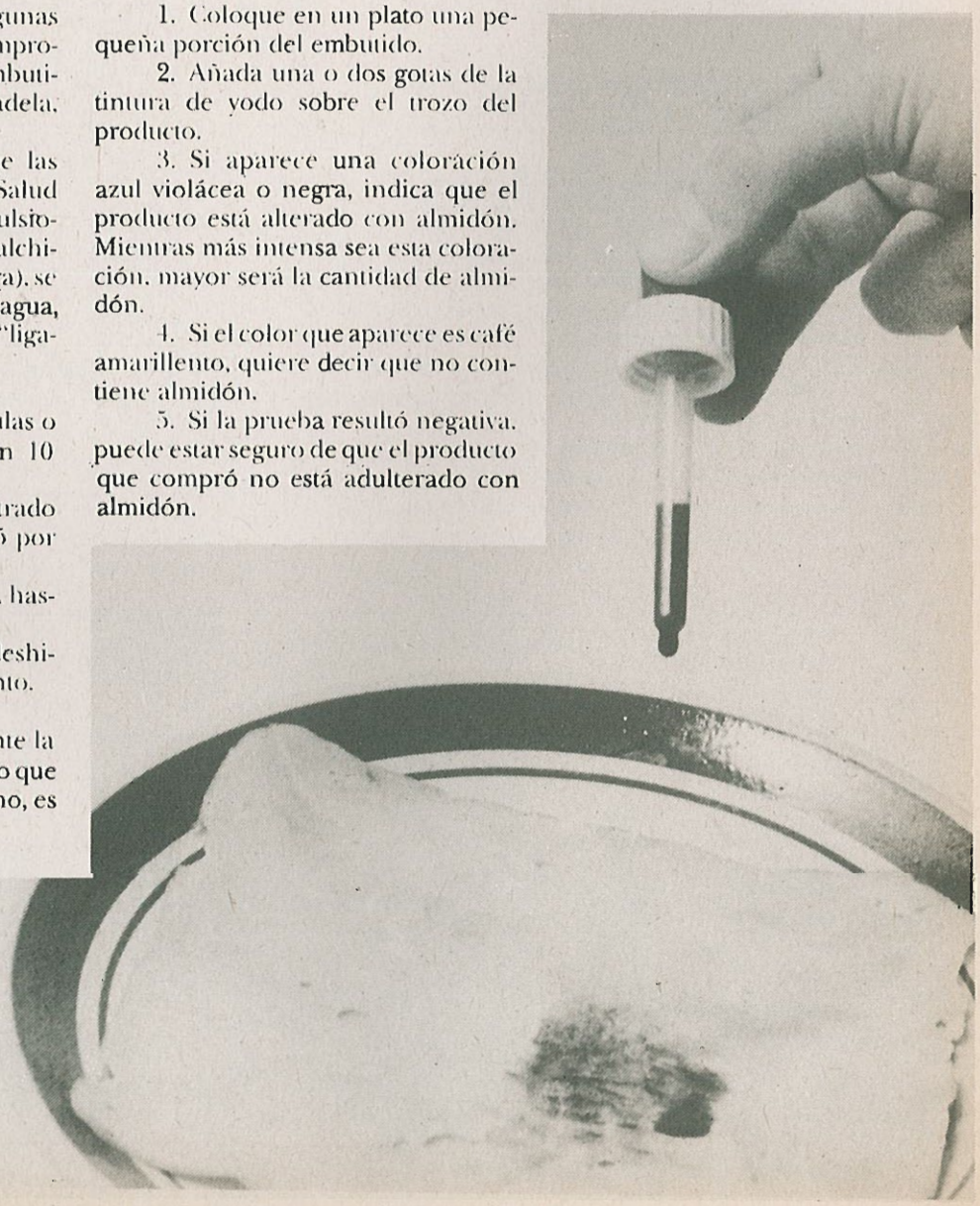
Con la aplicación de algunas pruebas sencillas usted puede comprobar, en su casa, la calidad de embutidos, como el jamón y la mortadela, entre otros.

Es importante señalar que las autoridades de la Secretaría de Salud permiten que a los productos emulsionados embutidos (salchichas, salchichones, pasteles de carne, etcétera), se les agregue un 10 por ciento de agua, lo mismo que los siguientes "ligadores":

1. Harina de cereales, féculas o almidones, hasta en un 10 por ciento.
2. Leche entera o concentrado de soya, hasta en un 3.5 por ciento.
3. Proteína aislada de soya, hasta 2 por ciento.
4. Cuero de cerdo limpio y deshidratado, hasta 2 por ciento.

Una de las pruebas mediante la cual puede detectar si el embutido que usted compró está adulterado o no, es la del **Yodo.**

1. Coloque en un plato una pequeña porción del embutido.
2. Añada una o dos gotas de la tintura de yodo sobre el trozo del producto.
3. Si aparece una coloración azul violácea o negra, indica que el producto está alterado con almidón. Mientras más intensa sea esta coloración, mayor será la cantidad de almidón.
4. Si el color que aparece es café amarillento, quiere decir que no contiene almidón.
5. Si la prueba resultó negativa, puede estar seguro de que el producto que compró no está adulterado con almidón.



Recomendaciones

1.- Si va a comprar un producto cárnico, prefiera aquél que se encuentre en refrigeración, excepto los embutidos crudos madurados (como los chorizos y morcillas) de los cuales se sugiere adquirir los más secos, porque contienen menor cantidad de agua y su sabor es más fuerte.

2.- De ser posible, evite adquirir productos que se hayan rebanado indiscriminadamente y que tengan una apariencia flácida o reseca, ya que éstos han perdido agua y es posible que su calidad sanitaria sea mala.

3.- Trate de no comprar salchichas "hinchadas" ya que por su alto contenido de almidón, absorben importantes cantidades de agua.

4.- No compre chorizos reventados, en éstos pueden existir bacterias que producen gases peligrosos para la salud o pueden representar un foco de infección.

5.- Adquiera los productos cárnicos al final de sus compras para evitar tenerlos durante largo tiempo sin refrigeración.

6.- La mejor manera de conservar embutidos, como el jamón o la salchicha, es colocándolos dentro de una bolsa de plástico, envueltos en papel encerado o aluminio. Guárdelos en un recipiente hermético en la parte más alta del refrigerador, debajo del congelador.

7.- Los chorizos, longanizas y morcillas deberán colgarse en un lugar fresco y seco, protegidos de insectos y roedores.

8.- Evite comprar o consumir productos que tengan colores extraños, como verde pálido, verde brillante y manchas cafés o blancas. Esto es indicio de una contaminación evidente que puede ser peligrosa para su salud.

9.- No consuma embutidos que tengan un olor fuerte ya que éstos pueden ser indicios de descomposición.

Dada la calidad de los embutidos comerciales, es recomendable que usted mismo los elabore en casa, utilizando la información disponible sobre Tecnologías Domésticas que se han desarrollado en el INCO. De esta manera, tendrá la seguridad de consumir productos higiénicos elaborados con los ingredientes nutritivos y mucho más económicos. Busque la sección Tecnología Doméstica en esta revista, donde encontrará ricas y nutritivas recetas para elaborar sus propios embutidos.

Fuente: Departamento de Investigaciones Químico-Biológicas INCO. 1989.

Así se descomponen

Uno de los resultados que se ha repetido en las diversas investigaciones del INCO sobre productos cárnicos embutidos, es que su calidad sanitaria se deteriora considerablemente durante su distribución, exhibición y venta en las tiendas de autoservicio, de abarrotes y mercados.

Es común observar que en muchos establecimientos se mantienen sin refrigeración estos productos, lo que provoca que disminuya su periodo de conservación.

También es frecuente encontrar en los mostradores de salchichonerías y sobre los refrigeradores expuestos al medio ambiente, piezas rebanadas de carnes frías sin ninguna protección. Ello acelera los procesos de descomposición de los alimentos por la contaminación y proliferación de bacterias y otros organismos, que disminuyen en forma considerable la calidad y vigencia del producto.

Otro factor que contribuye al deterioro sanitario de los embutidos es la poca higiene de algunos empleados y personal encargado de despachar en los establecimientos.

Para manejar estos artículos deben utilizarse guantes, cofia que cubra completamente el cabello, y mandil limpios, además de mantener limpias las manos, uñas cortadas y sin pintar y no usar piezas como pulseras y anillos que puedan representar una fuente de contaminación.

Asimismo, el equipo utilizado para cortar, rebanar y manejar los embutidos, debe ser limpiado frecuentemente durante la jornada de trabajo. Todas estas precauciones difícilmente son tomadas en cuenta por las personas encargadas en los lugares de venta.

Esta situación, aunada a ciertas prácticas de adulteración por parte de los fabricantes, provoca una baja sensible en la calidad de los embutidos.

Fuente: Departamento de Investigaciones Químico-Biológicas INCO. 1989.

Ventajas y Desventajas

La mayoría de los productos de salchichonería se elaboran con carne de cerdo o con una combinación de cerdo y res. Es común que en la preparación de estos productos siempre se aproveche la carne que contiene mayor cantidad de grasa, pellejo y cartílago, es decir, la carne de menor calidad. Incluso, algunos embutidos y productos de salchichonería son elaborados con vísceras.

Toda la carne procesada de los embutidos tiene un alto contenido de sodio y grasa, además de saborizantes y conservadores artificiales

Antes de adquirir un producto embutido, es recomendable que revise la etiqueta y esté seguro de la calidad del mismo y de sus ingredientes.

A continuación le presentamos una tabla comparativa donde detallamos las ventajas y desventajas, así como los precios de las diferentes marcas de un mismos embutido.

Fuente: Departamento de Nutrición. INCO. 1989.

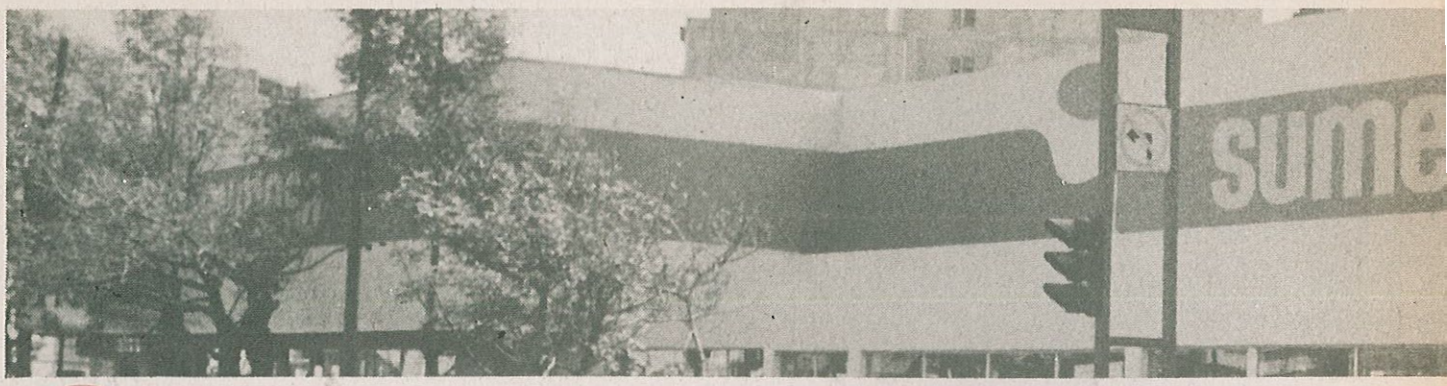
EMBUTIDOS

Aporte de nutrimentos (gramos en 100 gramos de producto) (1)

Nombre del producto	Energía en (kilocalorías)	Hidratos de carbono (g)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Ventajas	Desventajas
Jamón cocido	115	2.3	5.2	17.1(2)	Está listo para consumirse y sirve de complemento a una gran variedad de platillos. Es fuente de proteínas y grasas.	Para su elaboración se utilizan sales de fosfato y nitrito, sustancias sospechosas de causar cáncer cuando se consumen en grandes cantidades. Contienen también exceso de sal que no es recomendable cuando hay hipertensión arterial. Precio elevado.
Queso de puerco	315	1.6	26.3	17.1(2)	Precio accesible. Muy usado en la preparación de tortas y emparedados. Producto listo para consumirse. Por su alto contenido en grasa es fuente de energía. También da proteínas.	El tipo de grasa con que se elabora puede implicar riesgo para la salud. Su consumo no es apto para personas que presentan ateroesclerosis y niveles altos de colesterol.
Salchichas tipo Viena	185	11.2	10.6	9.2(2)	Tiene diversos usos por su sabor y presentación. Puede combinarse con otros alimentos para preparar guisados y sopas. Aporta proteínas y grasa.	Debido a que para su elaboración se introducen ingredientes molidos, en muchas ocasiones la calidad y proporción de los mismos no es deseable. El costo por gramo de proteína es el más elevado de los productos de salchichonería.
Pastel de pollo	262	14.5	17.6	10.5	Su precio es accesible. No necesita cocinarse antes de consumirse. Aporta proteínas y energía por su alto contenidos en grasa. Se combina fácilmente con otros alimentos.	No se recomienda su consumo frecuente debido a su contenido de grasas saturadas, sobre todo para aquellas personas con sobrepeso o con niveles altos de colesterol.
Chorizo	433	0.0	36.6	24.0	Su costo es accesible. Por la grasa que contiene es una fuente importante de energía. Es fuente también de proteínas.	Por su gran contenido de grasas saturadas, su consumo frecuente puede ser dañino para la salud, sobre todo para aquellas personas con sobrepeso, o con niveles altos de colesterol
Longaniza	176	0.0	11.7	16.6	Su costo es accesible. Por la grasa que contiene es una fuente importante de energía. Aporta también proteínas	Presenta las mismas desventajas que el chorizo. Alto contenido en sal, riesgoso en caso de hipertensión.

(1) Fuente: Tablas de composición de alimentos industrializados, INN, Publicación L-74, México 1988.
(2) Fuente: Subdirección de Estudios Técnicos, INCO, México.

Nota: Los embutidos en general contienen grasas saturadas y sal en cantidades considerables, por lo que se recomienda consumirlos con moderación.



REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

LAS OFERTAS

Productos encontrados en oferta y rango del descuento
31 enero - 6 febrero de 1989

Establecimiento	Sucursal	Fecha de encuesta	Número de productos encontrados (1)	Número de productos en oferta (2)	Porcentaje (2)/(1)	Rango del porcentaje de oferta
Aurrerá	Cuiculco	1-II-89	91	26	30.0	5-28
Aurrerá	Lomas	3-II-89	68	13	19.0	10-34
Aurrerá	Zaragoza	3-II-89	66	22	33.0	5-43
Bodega Aurrerá	Insurgentes	1-II-89	68	8	12.0	13-45
Superama	Revolución	1-II-89	56	0	0.0	--
Superama	Polanco	3-II-89	53	0	0.0	--
Comercial Mexicana	Perpetua	1-II-89	65	11	17.0	12-30
Comercial Mexicana	Misterios	3-II-89	73	38	52.0	16-40
Comercial Mexicana	Rojo Gómez	3-II-89	40	13	33.0	20-30
Sumesa	Félix Cuevas	31-I-89	52	18	35.0	10-30
Sumesa	Virgilio 15	3-II-89	48	0	0.0	--
Gigante	Ejército Nacional	3-II-89	101	17	17.0	13-48
Gigante	Tacubaya	2-II-89	81	0	0.0	--
Blanco	Ferrocarril Hgo.	3-II-89	24	0	0.0	--
Blanco	Zaragoza	2-II-89	47	0	0.0	--
El Sardinero	Insurgentes Norte	2-II-89	34	5	15.0	30-43
El Sardinero	Pino	6-II-89	41	6	14.6	30
La Luna	San Antonio	2-II-89	45	13	29.0	5-36
De Todo	Félix Cuevas	31-I-89	46	1	2.2	32.3
CONASUPO	Insurgentes Sur	1-II-89	57	57	100.0	10
CONASUPO	Tlatelolco	3-II-89	51	18	35.0	4-20
ISSSTE	Vértiz	2-II-89	84	4	4.8	21.8
DDF	Cuauhtémoc	2-II-89	24	0	0.0	--
Trico	A. Revolución	1-II-89	16	0	0.0	--
Salchichonería Alemana	Coyoacán	3-II-89	12	0	0.0	--
Super Tienda Mig	Av. Universidad	3-II-89	7	0	0.0	--
Mercado San Juan	Local 5	3-II-89	15	0	0.0	--

Fuente: INCO.

El Instituto Nacional del Consumidor realizó una investigación especial sobre ofertas de salchichonería en tiendas de autoservicio y en algunas especializadas, durante la semana del 30 de enero al 3 de febrero.

Lo primero que se detectó es que, al contrario de lo que sucede con otras líneas de productos como la de aparatos electrodomésticos, las diferencias de precio existentes entre los establecimientos comerciales investigados no son de gran magnitud, aunque se destaca que son las salchichonerías las que en general ofrecen los precios más altos.

Por otro lado, se encontró que las ofertas anunciadas sí constituyen ventajas para los consumidores, ya que efectivamente representan disminuciones de precio. Además, son las tiendas más grandes o con muchas sucursales, como **Aurrerá**, **Sumesa** y **Gigante**, las que tienen el mayor número de ofertas, probablemente debido a que manejan inventarios muy grandes, y por lo tanto les es conveniente vender este tipo de productos antes de que se echen a perder aunque sea a precios más bajos. Mención especial merece la tienda CONASUPO de Villa Olímpica, en la que la totalidad de los productos encontrados (57), tuvieron un descuento del 10 por ciento.

Asimismo, se detectó que una misma cadena comercial no siempre tiene el mismo comportamiento de precios en sus diferentes sucursales; por ejemplo, en Gigante de Ejército Nacional el 17 por ciento de los productos tenían descuento de precios de entre 13 y 48 por ciento, mientras que en el de Tacubaya no hubo ningún producto en oferta; en Sumesa de Félix Cuevas el 35 por ciento estuvo en oferta, pero en la de Virgilio 15 no se encontró ninguna. Comercial Mexicana Misterios registró un 52 por ciento de los productos encontrados con descuentos de entre 26 y 40 por ciento, mientras que en las sucursales Perpetua y Rojo Gómez la proporción de productos en oferta fue del 17 y 33 porciento, respectivamente, y con descuentos de entre 12 y 30 por ciento.

Sin embargo, las diferencias en los precios normales de estas tiendas fueron insignificantes (en ningún caso superiores a 2.0 por ciento). En cambio, **Aurrerá**, **Superama** y **Blanco** manejan las mismas políticas de precios en todas las sucursales investigadas.

Al comparar la publicidad aparecida en los periódicos sobre ofertas en estos productos, con lo encontrado en la investigación del INCO, se detectó que las tiendas **De Todo y Aurrerá** cumplen con lo anunciado, pero en cambio **Blanco** promueve productos con descuentos que no se encontraron en existencia al momento de realizar la encuesta.

El INCO recomienda a los consumidores que verifiquen que no les cobren el 6 por ciento de IVA en estos productos, pues desde la cuarta fase del Pacto de Solidaridad Económica el gobierno anunció que todos los alimentos procesados, entre los que se encuentran los embutidos, no causarían este impuesto; por lo tanto, las tiendas no deben anunciarlo como un descuento efectuado por ellas.

EL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR LE INFORMA:

Quién es quién en los precios

EN EL DISTRITO FEDERAL

PRODUCTO Y MARCAS	TIENDAS DE AUTOSERVICIO				
	Precio		Dónde se encontró el precio:		Pre
	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO
Jamón tipo americano (kg)					
Alpino	12.151	13.461	Issste	Aurrerá	
Fud	8,957	9,832	Issste	Sumesa	
Ibero-Mex	8,957	9,833	Issste	Aurrerá	
Kir	9,090	11,994	La Luna	Blanco	
Riojano	11,899	13,460	Conasupo	Aurrerá	
San Rafael	10,585	13,570	Comercial Mexicana	Aurrerá	
El Fain					9,800
Jamón horneado (kg)					
Fud	11,588	14,485	Comercial Mexicana	El Sardinero	
Ibero-Mex	11,580	14,485	Comercial Mexicana	El Sardinero	
Zwan	13,203	15,160	Issste	Blanco	
Queso de puerco (kg)					
Fud	6,880	9,816	Comercial Mexicana	Sumesa	6,000
Ibero-Mex	6,400	9,324	Comercial Mexicana	Aurrerá	
Riojano	6,835	7,917	Issste	Comercial Mexicana	
San Rafael	7,263	10,806	Comercial Mexicana	Sumesa	
Mortadela (kg)					
Alpino	5,690	8,785	Aurrerá	El Sardinero	5,000
Fud	5,430	8,195	Comercial Mexicana	El Sardinero	5,000
Kir	5,600	8,885	Aurrerá	Blanco	4,800
Riojano	5,990	8,899	Comercial Mexicana	Sumesa	
Zwan	6,300	9,588	Issste	Sumesa	
Pastel de pollo (kg)					
Alpino	5,950	8,165	Aurrerá	El Sardinero	5,000
Fud	4,405	6,542	Comercial Mexicana	Sumesa	5,000
Ibero-Mex	4,000	6,210	Comercial Mexicana	La Luna	
Kir	5,880	6,922	La Luna	Blanco	
Longaniza (kg)					
Fud	5,615	8,354	Comercial Mexicana	Sumesa	
Ibero-Mex	5,880	9,642	Comercial Mexicana	Issste	
Riojano	7,985	10,990	Conasupo	Sumesa	4,000
Wunsch					8,000
Estrada					3,500
Salami (kg)					
Fud (natural)	8,289	12,085	Comercial Mexicana	La Luna	
Salchicha tipo Viena (kg)					
Alpino	5,490	8,618	De Todo	Sumesa	4,000
Fud	5,815	8,637	Comercial Mexicana	Sumesa	5,000
Ibero-Mex	5,300	7,801	Comercial Mexicana	Sumesa	
Kir	5,600	8,928	Aurrerá	Blanco	
Riojano	5,690	7,092	Aurrerá	Issste	4,900
Zwan	6,415	9,906	Conasupo	Blanco	
Viva					3,000
Salchicha coctel (kg)					
Alpino	6,690	9,165	Aurrerá	El Sardinero	
Fud	6,157	9,168	Comercial Mexicana	Superama	6,000
Kir	6,700	9,458	Aurrerá	Blanco	
Riojano	5,990	8,767	Aurrerá	Sumesa	
San Rafael	6,772	10,065	Comercial Mexicana	Sumesa	
Zwan	7,400	10,180	Comercial Mexicana	La Luna	
Salchicha Frankfurt (kg)					
Ibero-Mex	5,900	9,585	Aurrerá	Sumesa	
Tocino (kg)					
Fud	10,341	14,973	Comercial Mexicana	Superama	6,000
Ibero-Mex	12,118	14,804	Issste	El Sardinero	
Kir	11,410	14,640	La Luna	Superama	
Riojano	9,600	12,545	Aurrerá	Conasupo	
San Rafael	12,592	15,110	Issste	El Sardinero	
Alpino					6,000
La Luz					8,000
Paté					
Fud (200 g)					800

U * Precio único.

Aurrerá	: Zaragoza	**El Sardinero**	: Pino	**Conasupo**	: Tlatelolco
Blanco	: Basílica	**Gigante**	: Iztapalapa	**ISSSTE**	: Vértiz
Comercial Mexicana	: Misterios	**La Luna**	: Nápoles	**La Vencedora**	: Av. Álvaro Obregón 104, col. La Cruz
De Todo	: Félix Cuevas	**Sumesa**	: Polanco	**El Bajío**	: Calle La Cipriana 109, col. La Merced
		Superama	: Polanco	**El Fronterizo**	: Calle Carretones 110, col. La Merced

"SALCHICHONERÍA"

(POR CANAL DE COMERCIALIZACIÓN)

Precios investigados entre el día 3 y el 7 de febrero de 1989

MERCADOS PÚBLICOS			TIENDAS DE ABARROTES			
io	Dónde se encontró el precio:		Precio		Dónde se encontró el precio:	
MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO
10,000 U*		San Cosme	9,500	11,886	La Vencedora	Mig
10,000 U*		San Cosme				
12,000	San Cosme	V. Democracias				
14,000 U*		M. Portales				
8,000	M. Cartagena	M. Río Blanco				
6,000 U*		M. Portales				
5,800	M. Iztapalapa	M. San Cosme		4,500 U*		El Bajío
6,300	M. Xochitl	M. Río Blanco		4,800 U*		El Fronterizo
6,800	M. Iztapalapa	M. Portales				
4,000 U*		M. Portales				
6,000 U*		M. Cartagena	9,600	10,600	Trico	La Iberia
5,800	M. Iztapalapa	M. San Cosme				
8,000	M. San Cosme	M. Río Blanco	4,200	7,000	E Bajío	Las R R R
6,000	M. Portales	M. Río Blanco				
10,000	M. Río Blanco	M. Río Blanco				
4,500	M. La Merced	M. La Merced				
6,000	M. Iztapalapa	M. Contreras		4,000 U*		El Bajío
6,000	M. Iztapalapa	V. Democracias		4,600 U*		El Bajío
5,000	M. San Cosme	M. Portales				
9,000 U*		M. Contreras		10,000 U*		La Iberia
7,000	M. Cartagena	M. Cartagena				
7,000	M. Iztapalapa	V. Democracias		5,000 U*		El Bajío
6,000 U*		M. San Cosme		5,800 U*		La Vencedora
			10,300	11,000	Trico	La Iberia
7,000	M. Portales	V. Democracias				
10,000 U*		M. Portales		11,886 U*		Mig
7,500 U*		M. San Cosme		7,500		La Vencedora
8,000	M. Iztapalapa	M. Xichitl				
9,000	V. Democracias	M. Río Blanco	8,500	12,000	Ody	Las R R R
1,800	M. Cartagena	M. San Cosme	1,000	1,500	Ody	Rocío

Las R R R : Calle Contreras 3, col. San Rafael
La Iberia : Av. México 1070, col. Sta. Teresa
Mig : Calle Violeta 32-A, col. Xochimilco
Ody : Calle Mesquite 45, col. Victoria de las Democracias
Rocío : Calle Norte 84 esq. Toronjil, col. V. de las Democracias

REPORTE ESPECIAL EMBUTIDOS

Gasto familiar

VS

Gasto publicitario

Gasto publicitario en embutidos 1988

Producto	Importe (miles de pesos)	Segundos	Número de anuncios
Zwan (mortadela)	5'107,776	6'440	322
Zwan (salami peperami)	464,632	640	32
Zwan (salchicha Viena)	1'566,655	2'560	128
Zwan (jamón cocido)	3'378,972	3'300	165
Zwan (salchicha, 2 tam.)	5'446,033	5'020	251
Productos Riojano	26,400	240	12
Parma (salchicha sabori)	1'494,640	1'760	88
Parma (chorizo campestre)	629,772	660	33
Parma (jamón cocido sabori)	367,684	440	22
Parma (mortadela sabori)	1'613,620	1'680	84
Parma (salami-jamón)	950,588	1'560	78
San Rafael (carnes frías)	3'039,734	3'600	180
Productos Alpino	311,860	2'510	125
Fud (salchichas)	3'330,384	3'440	172
	27'728,750	33,850	1,692

Durante 1988 las compañías fabricantes de embutidos en nuestro país gastaron, aproximadamente, 27 mil millones de pesos por concepto de transmisión de anuncios por televisión.

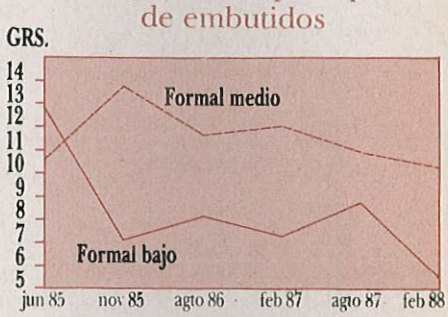
La empresa que más invirtió en publicidad fue la que elabora los productos **Zwan**, con 15 mil 964 millones de pesos (casi el 58 por ciento de todo el gasto). Le siguen las marcas **Parma**, **Fud** y **San Rafael** con 18, 12 y 10 por ciento, respectivamente.

Las marcas de menor participación publicitaria fueron **Alpino** y **Riojano**, sumando tan sólo el dos por ciento del gasto total.

¿Quién salió más en televisión?

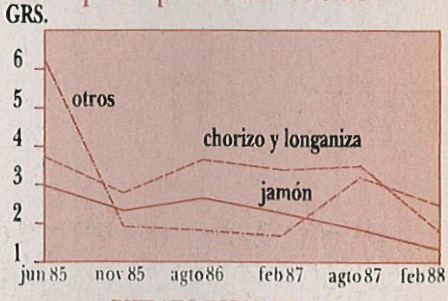
Los productos que más aparecieron en la pantalla chica fueron los de la marca **Zwan**, en especial la mortadela, con 322 comerciales. Le siguió

Compra diaria percápita de embutidos



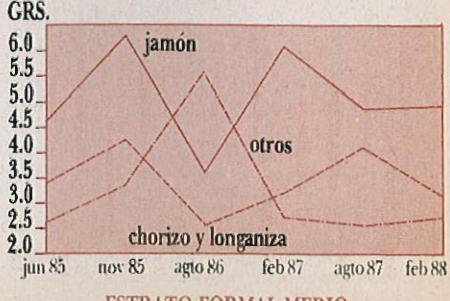
Formal bajo: de 8.8 a 1.5 veces el salario mínimo.
Formal medio: más de 2.5 a 3.5 veces el salario mínimo.

Compra diaria percápita por tipo de embutidos



ESTRATO FORMAL BAJO

Compra diaria percápita por tipo de embutidos



ESTRATO FORMAL MEDIO

la salchicha de la misma marca con 251 anuncios.

La marca **Parma** anunció más algunos productos, como salchicha, mortadela y salami (83 anuncios en promedio, por cada embutido). Cabe señalar que después de los productos **Zwan**, las carnes frías de las marcas **San Rafael** y **Fud** sumaron, en conjunto, un total de 352 anuncios.

La mayor parte de los comerciales de embutidos se difundieron durante los últimos meses del año (noviembre con 314, y diciembre con 344 anuncios).

Es importante señalar que el aumento en el número de anuncios es motivado por la competencia entre las diferentes marcas con objeto de ganar más consumidores, en especial durante las fiestas decembrinas, cuando se sugiere utilizar a los embutidos como botanas.

Fuente: Departamento de Análisis sobre Comunicación, INCO. 1989.

Gasto en embutidos de las familias de escasos recursos

Con el propósito de conocer los efectos que tiene la crisis económica en el consumo alimentario de la población de escasos recursos, en el área metropolitana de la ciudad de México, así como las estrategias que desarrollan las familias para contrarrestar la caída de sus ingresos, desde junio de 1985 el Instituto Nacional del Consumidor realiza la encuesta **Seguimiento del Gasto Alimentario.**

La población que fue objeto de dicha encuesta está clasificada en dos sectores: Formal e Informal. Estos, a su vez, se subdividen de acuerdo a los ingresos que perciben las familias tomando como base el salario mínimo.

Formal Bajo: de 0.8 a 1.5 veces el salario mínimo.

Formal Medio Bajo: de 1.5 a 2.5 veces el salario mínimo.

Formal Medio: de 2.5 a 3.5 veces el salario mínimo.

Informal Bajo: de 0.8 a 1.5 veces el salario mínimo.

Informal Medio: de 1.5 a 3.5 veces el salario mínimo.

La investigación se lleva a cabo por medio de la técnica del "Panel", lo que ha permitido observar los cambios que ocurren en los patrones de compra de alimentos del grupo de familias encuestadas.

De junio de 1985 a agosto de 1988, se han realizado siete levantamientos de información sobre tres distintos "paneles" de familias. El primer grupo de familias inició su ciclo de investigación en junio de 1985 y concluyó en febrero de 1988.

Gasto en embutidos

Los resultados que se presentan a continuación se refieren al consumo de embutidos (jamón, queso de puerco, mortadela, pastel de pollo, salchicha, entre otros) en las familias del sector Formal.

Los embutidos son productos cuyo consumo entre la población de escasos recursos es poco frecuente. De acuerdo con la información de la encuesta representan una participación mínima en el gasto alimentario familiar, variando entre 3 y 6.5 por ciento.

El análisis de la información obtenida revela una tendencia hacia la disminución en la compra diaria percápita de embutidos entre las familias del estrato Formal Bajo y Formal Medio. Es importante mencionar que este comportamiento a la baja es más pronunciado entre las familias de más bajos recursos económicos, esto es, en aquéllas cuyos ingresos son entre 0.8 y 1.5 veces el salario mínimo.

De esta forma, de una compra promedio de 12.87 gramos de embutidos (por persona al día) para los miembros de las familias de estrato Formal Bajo, en junio de 1985, pasó a 5.7 gramos en febrero de 1988. Esto significa que la disponibilidad promedio por persona disminuyó en poco más de 7 gramos al día. Para los miembros del sector Formal Medio, el consumo de gramos por persona permaneció prácticamente en el mismo nivel, a pesar del aumento registrado en noviembre de 1985.

Fuente: Departamento de Encuestas sobre el Consumo. INCO. 1988.

Jamón

Para preparar un kilogramo de jamón cocido usted necesita los siguientes ingredientes:

Ingredientes

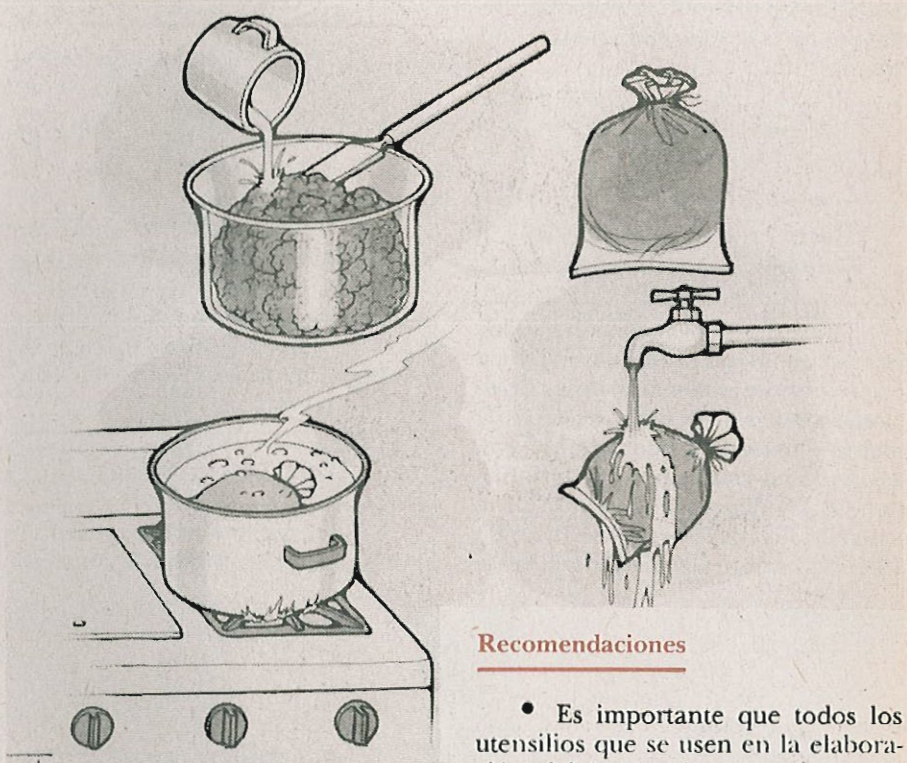
- 1 kg de bisteces de pierna de cerdo bien aplanados
- 2 cucharaditas de sal común
- 1 cucharadita de azúcar
- 1 pastilla de vitamina C (ácido ascórbico) hecha polvo
- 1 cucharadita de fosfato de sodio*
- 1 pizca de nitrito de sodio o sal de cura*
- 1½ taza de agua
- hilo de manta

* Estos ingredientes se pueden adquirir con proveedores para empacadoras de carnes frías o en farmacias.

Preparación

Se prepara una salmuera para el curado de la carne, disolviendo la sal, el azúcar, la vitamina C, el fosfato de sodio y el nitrito de sodio en 1½ taza de agua. Los bisteces (que deben estar muy bien aplanados, casi desgarrados), se limpian separando la grasa y los tendones y se colocan en un recipiente plástico o de vidrio. Posteriormente, se agrega la salmuera, con una pala de madera; mezclar todo muy bien, ejerciendo una ligera presión sobre la carne. Se coloca el recipiente, sin tapar, dentro del refrigerador (bajo el congelador) durante 12 ó 16 horas para que se "cure" la carne. Es recomendable remover la mezcla con la pala cada 5 ó 6 horas y mantenerla en refrigeración.

Transcurrido el tiempo de curado, se vacía el contenido del recipiente en una bolsa de plástico de 25 x 35 cm, comprimiendo la carne. Cerrar la bolsa haciendo un nudo o amarrando con el hilo de manera que quede lo más apretado posible. Posteriormente, en una olla con agua hirviendo, se introduce la bolsa con la carne procurando que quede totalmente sumergida. El tiempo de cocimiento es de 70 minutos a partir de que el agua hierva nuevamente ya con la carne. Finalizada la cocción, se deja enfriar el jamón bajo el chorro del agua y se coloca en refrigeración durante 1 ó 2 horas. De esta manera está listo para su consumo.

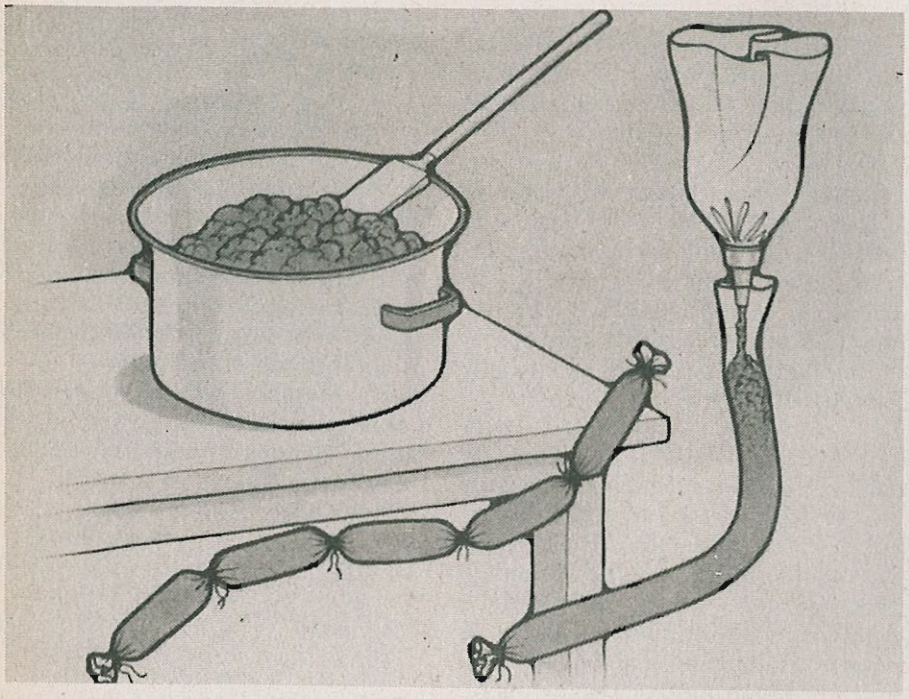


Recomendaciones

- Es importante que todos los utensilios que se usen en la elaboración del jamón, la persona que lo prepara, así como el área de trabajo esté perfectamente limpios para evitar que el producto se contamine.
- Para evitar la presencia de sabores desagradables, se deben utilizar exclusivamente recipientes de plástico o de vidrio durante el curado de la carne en refrigeración.
- Si al embutir el jamón en la bolsa de plástico aparecen burbujas de aire en la superficie, pueden eliminarse haciendo un pequeño orificio con un alfiler. Estas burbujas, que se acumulan durante el cocimiento del producto, propician la formación de un color verde.

Chorizo

Para preparar un kilogramo de chorizo
usted necesita los siguientes ingredientes:



Ingredientes

- 600 g de carne de cerdo sin grasa
- 300 g de grasa de cerdo (unto o lardo)congelada
- 1½ cucharaditas de sal común
- 2 cucharadas de vinagre de vino
- 2 cucharadas de vino blanco
- 1½ tazas de pimentón español
- 1 cucharadita de pimienta blanca
- 1 cucharadita de ajo en polvo
- 1 pizca de nitrito de sodio*
- 1 cucharadita rasa de fosfato de sodio*
- 1 duya
- bolsas cilíndricas de celofán o tripa natural de cerdo**
- hilo de manta

* Estos ingredientes se pueden adquirir con proveedores para empacadoras de carnes frías o en farmacias.

** La tripa natural de cerdo se adquiere en rastros y obradores.

Preparación

Se coloca en el congelador la grasa de cerdo cuando menos dos horas antes de elaborar el chorizo. La carne y la grasa congelada se pican finamente y se mezclan, para ello utilice una pala de madera. Se le agrega uno a uno el resto de los ingredientes conforme al orden indicado en la lista, mezclando con la pala hasta formar una pasta uniforme.

La masa obtenida se puede embutir en forma manual usando la duya para introducirla en las bolsas de papel celofán o en la tripa natural de cerdo. Para formar los segmentos se atan los extremos del celofán o la tripa con un hilo grueso, dando la forma característica del chorizo. Los chorizos así formados se dejan madurar durante cuatro días en un lugar fresco y de preferencia deben de estar colgados. Procure protegerlos de moscas y otros insectos.

Recomendaciones

- La carne que utilice para la elaboración de chorizo debe tener las siguientes características:
  - Color rosa brillante o rojo.
  - No debe presentar sustancias viscosas en la superficie.
  - No debe presentar resequedades.
- Mantener el chorizo sin refrigerar, en un lugar fresco y seco.*
- Utilizar tripa natural de cerdo ya que favorece la deshidratación del producto durante el secado. Esta tripa se compra seca por lo que es necesario remojarla de 15 a 30 minutos antes de utilizarla.

* También se puede guardar en el refrigerador pero su duración será menor debido a la humedad.

Mortadela

Para preparar un kilogramo de mortadela usted necesita los siguientes ingredientes:

Ingredientes

- 200 g de carne de cerdo bien molida
- 300 g de carne de res bien molida
- 250 g de grasa de cerdo (unto o lardo)
- 2 tazas de hielo picado finamente
- 2 cucharaditas rasas de sal
- 1 cucharadita rasa de azúcar
- 1 pizca de nitrito de sodio o sal de cura
- 1 cucharadita rasa de fosfato de sodio
- 6½ cucharadas copeteadas de maicena (fécula de maíz)
- 1 cucharadita rasa de ajo en polvo
- 1 cucharadita rasa de pimienta molida
- 1½ cucharadita ó 2 pastillas molidas de vitamina C

Preparación

En una taza de agua se disuelve la sal, el azúcar, el nitrito de sodio, el fosfato de sodio, la maicena y la vitamina C. En un recipiente de plástico se mezclan las carnes molidas de res y de cerdo junto con el ajo y la pimienta. Se agrega la salmuera previamente preparada. Se mezcla todo muy bien y se coloca el recipiente en refrigeración, durante una hora. La grasa se pica lo más finamente posible y se coloca en el congelador, por lo menos durante dos horas antes de la elaboración de la mortadela.

Haga cuatro porciones de cada uno de estos ingredientes: La carne curada, la grasa congelada y el hielo picado.

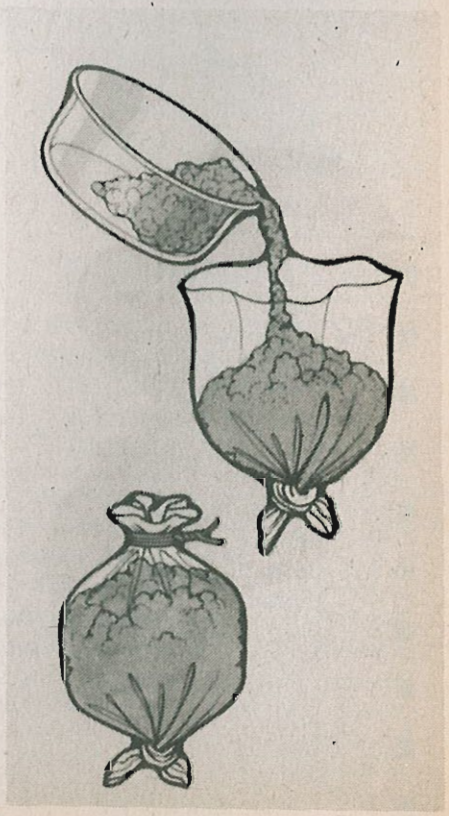
Licúe o muela sólo una porción de cada uno de estos ingredientes hasta obtener una pasta fina. Vacíe la pasta, sin manipularla demasiado, en un recipiente y déjela en el refrigerador para evitar que se caliente. De la misma manera se muelen cada una de las tres porciones restantes.

Las cuatro partes de pasta se mezclan y se vacían en una bolsa de plástico de 20 x 30 centímetros, a la cual se le habrá hecho un nudo en las dos esquinas inferiores (figura 1). Se cierra la bolsa amarrando con un tramo de alambre delgado, pero procurando que la pasta no quede muy apretada (figura 2).

Introduzca la bolsa con la pasta en una olla o cazuela que contenga agua hirviendo suficiente para cubrirla. Se deja cocer durante 70 minutos. Transcurrido el tiempo de cocimiento, se pasa la mortadela a un recipiente con agua fría y se deja durante cinco minutos. Posteriormente se saca y se enfría a temperatura ambiente. Una vez enfriada consérvela en refrigeración.

Recomendaciones

- Es indispensable que todos los utensilios que utilice en la elaboración de la mortadela, la persona que la prepare, así como el área de trabajo se encuentren perfectamente limpios para evitar cualquier tipo de contaminación en el producto.
- Para evitar la presencia de sabores desagradables se debe utilizar un recipiente de plástico o de vidrio durante el curado de la carne en refrigeración.
- El picado de la mezcla debe efectuarse lo más rápido posible para evitar que se caliente. Si esto sucede el producto final tendrá una consistencia poco firme.
- Al cerrar la bolsa, con un alambre delgado, cuide que la pasta no quede muy apretada ya que se hincha durante el cocimiento y la bolsa puede romperse.
- Para el embutido utilice bolsas que no tengan ninguna impresión o dibujo que pueda teñir el producto.
- Si desea acentuar o dar un sabor característico a la mortadela hecha en casa, se le pueden agregar otros condimentos durante el mezclado de los ingredientes con la carne. Esto se hará de acuerdo con el gusto y preferencia del consumidor.
- El embutido tipo mortadela elaborado en casa, se conserva en perfectas condiciones durante dos semanas en refrigeración.



Salchicha

Para preparar un kilogramo de salchicha usted necesita los siguientes ingredientes:

Ingredientes

- 300 g de carne molida de cerdo
- 200 g de carne molida de res
- 250 g de grasa de cerdo congelada
- 2 tazas de hielo picado
- 1½ cucharaditas de sal común
- ½ cucharadita de azúcar
- 1 cucharadita rasa de pimienta blanca molida
- 1 cucharadita rasa de ajo en polvo
- 50 g de maicena
- 1 pastilla de vitamina C (ácido ascórbico) hecha polvo
- ½ cucharadita de fosfato de sodio*
- 1 pizca de nitrito de sodio o sal de cura*
- bolsas cilíndricas de celofán
- hilo de manta

* Estos ingredientes se pueden adquirir con proveedores para empacadoras de carnes frías o en farmacias.

Preparación

Prepare una salmuera disolviendo, en 1/4 de taza de agua, la sal, el azúcar, la vitamina C, el nitrito y el fosfato de sodio.

En otro recipiente mezcle las carnes molidas de res y cerdo con la pimienta y el ajo en polvo.

Agregue la salmuera a la carne y mezcle todo muy bien.

Finalmente, añada la maicena disuelta en 1/4 de taza de agua y mezcle nuevamente. Para hacer más fácil el batido, separe en 4 porciones la carne, la grasa y el hielo picado. Ponga en una licuadora o picadora una porción de la mezcla de carne, otra de grasa y una del hielo picado, durante un minuto, hasta formar una pasta cremosa. Haga lo mismo con las tres porciones restantes.

Una vez que tenga toda la pasta, proceda a embutirla en las bolsas de celofán y amarre los extremos con un hilo. Apriete lo más que pueda para darle forma cilíndrica.

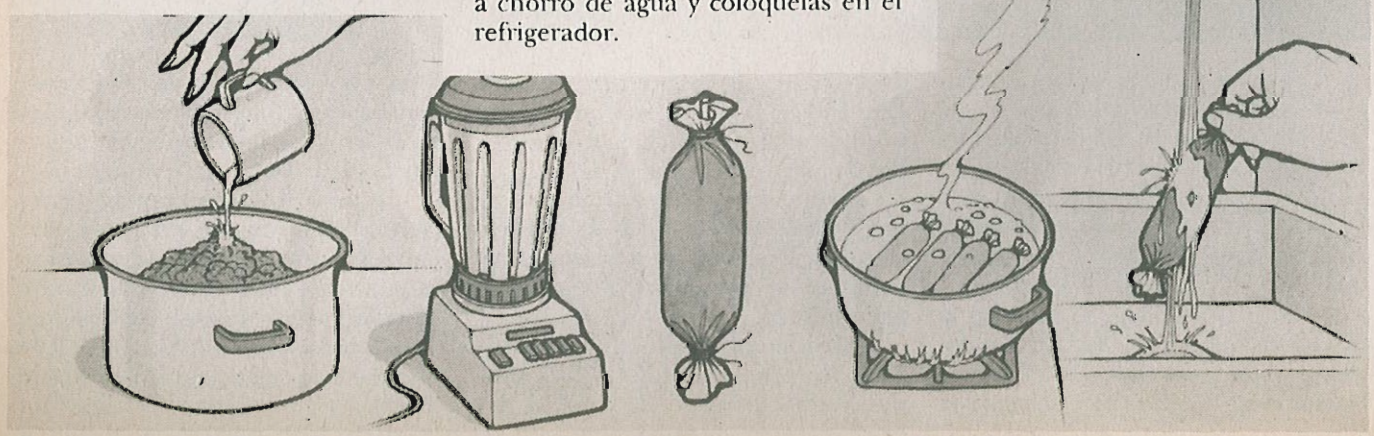
Póngala a cocer a fuego lento durante 30 minutos sin permitir que hierva.

Por último, enfríe las salchichas a chorro de agua y colóquelas en el refrigerador.

Recomendaciones

- Todos los utensilios que use en la elaboración de salchichas, así como el área de trabajo y usted mismo, deben estar perfectamente limpios para evitar que se contamine el producto.
- Si al embutir la pasta en las bolsas de celofán se forman burbujas de aire en la superficie, puede eliminarlas haciendo un pequeño orificio con un alfiler. Es importante sacar ese aire ya que, de lo contrario, puede aparecer un color verde durante el cocimiento del embutido.
- Las salchichas que se preparan con esta tecnología se conservan en perfectas condiciones hasta tres semanas (si están debidamente refrigeradas).

Fuente: Departamento de Investigaciones Químico Biológicas. INCO.



Las andanzas de los precios y la inflación

Actualmente, la palabra **inflación** es un término cuyo uso se ha generalizado entre toda la población. Pero, ¿qué es y cómo se calcula?

De una manera muy simple, la inflación se pude definir como el incremento generalizado y constante de los precios de bienes y servicios.

En nuestro país, el nivel de la inflación que padecen los consumidores se mide con base en el **Índice Nacional de Precios al Consumidor** que elabora el Banco de México. Este Índice se puede entender como un indicador del crecimiento promedio de los precios a través del tiempo. La obtención de este promedio se logra mediante encuestas de los precios en los distintos mercados para un conjunto de productos de consumo generalizado.

Existen diversas maneras de calcular los números índice. Por ejemplo, para el Índice de Precios del Banco de México se utiliza la fórmula de Laspeyres que es la metodología con mayor aceptación en distintos países.

Como el Índice General de Precios mide los movimientos de éstos con relación a un año base, a este año se le asigna el nivel de 100. Para el caso del Índice Nacional de Precios al Consumidor, el año base es de 1978, aunque para algunas ciudades es de 1980.

Hoy día, para elaborar el Índice de Precios mensual, se encuestan 140 mil precios en 35 ciudades de la República.

El Índice Nacional de Precios al Consumidor se presenta de varias formas: como promedio nacional, para siete regiones en que se divide al país y para cada una de las 33 ciudades.

En la década de los ochenta, México registró uno de los ritmos más altos de inflación, sobre todo entre 1982 y 1987. Sin embargo, gracias al esfuerzo de concertación plasmado en el Pacto de Solidaridad Económica, durante 1988 se logró un abatimiento sustancial de crecimiento de los precios y para 1989 las perspectivas económicas indican que se continuará con el esfuerzo para mantener bajos niveles de inflación.

Esto se deduce al considerar la variación menusal del Índice Nacional de Precios al Consumidor durante enero del año en curso, que resultó ser el aumento más bajo registrado durante este mes en los últimos once años.

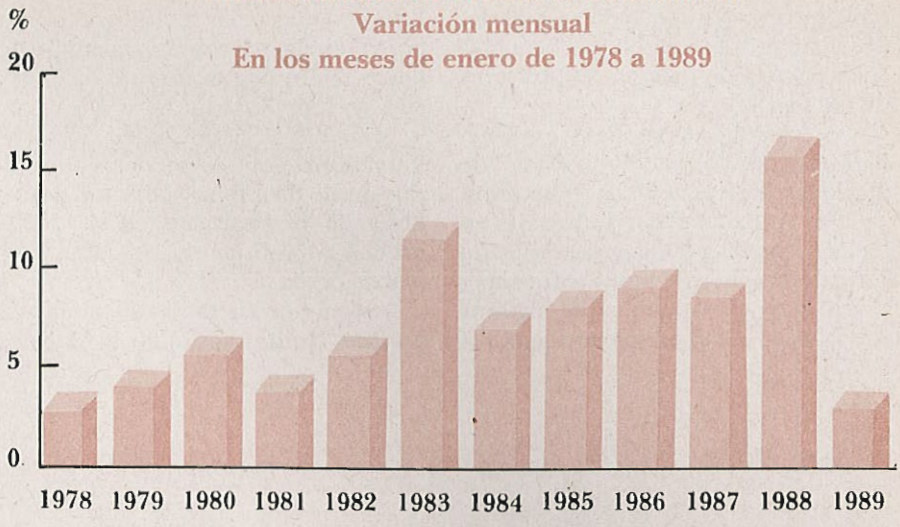
Enero tradicionalmente registra un incremento alto pues en él comienzan a tener efecto, aumentos en el costo de contratos concertados anualmente y ligados a los incrementos del salario mínimo, de los impuestos y de los arrendamientos. La variación mensual en 1989 fue del 2.4 por ciento y el promedio del mes de enero de los 10 años anteriores fue de 7.8 por ciento.

De los diferentes conceptos de gasto que componen el Índice, destacaron, por registrar un aumento superior al Índice Nacional, los de vivienda (7.1 por ciento), otros servicios (4.5 por ciento), salud y cuidado personal (3.2 por ciento). Por el contrario, el rubro de ropa, calzado y accesorios tuvo un decremento de 0.8 por ciento.

Es importante mencionar que el crecimiento de los precios no es generalizado. Durante enero la variación en el Índice de Precios fue determinada principalmente por los aumentos de precios de renta de casas habitación, teléfono, restaurantes y loncherías, así como leche pasteurizada y sin pasteurizar y limón.

Conviene destacar que los arrendamientos tienen un peso relevante dentro del gasto de las familias, al igual que la leche, que es un producto de consumo generalizado dentro de la población, y por lo tanto las variaciones registradas en sus precios tuvieron un efecto importante sobre el Índice.

Índice Nacional de Precios al Consumidor
Variación mensual
En los meses de enero de 1978 a 1989



Fuente: Banco de México.

Impacto en el Índice Nacional de Precios
al Consumidor por rubro de gasto
Enero de 1989

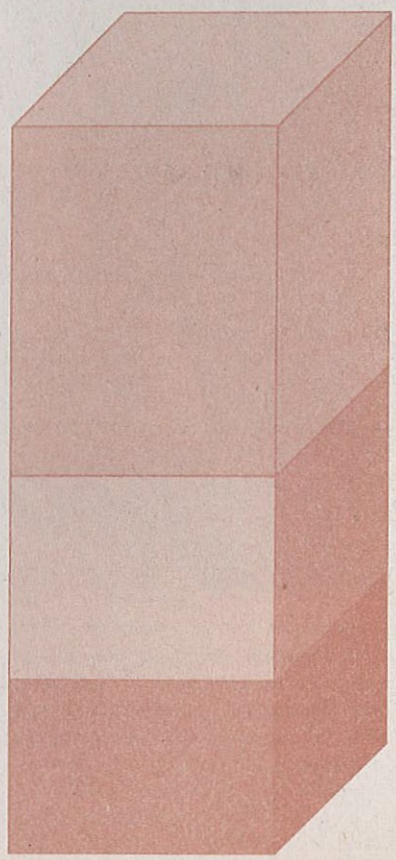
Impacto total 2.4

Cuatro servicios 1.151
- Renta de casa habitación 0.532
- Telefónico 0.327
- Restaurante 0.168
- Lonchería 0.124

Tres alimentos 0.853
- Leche pasteurizada 0.330
- Limón 0.194
- Leche sin pasteurizar 0.129

Otros bienes y servicios 0.596
(295 productos genéricos)

Fuente: Banco de México.



Fuente: Subdirección de Estudios Socioeconómicos. INCO.

1. Existen estéticas en las que por un corte de cabello cobran 40 mil pesos, mientras que en las llamadas "peluquerías de paisaje" su precio es de mil pesos.

2. Algunos comercios en Guadalajara, Jalisco, vendían "kilos" de productos básicos de 700 u 800 gramos.

3. Anualmente los fumadores en México gastan en cigarrillos más de 120 mil millones de pesos, cifra superior al presupuesto anual de algunos servicios de salud en nuestro país.

4. En Valle Cuautitlán, Texcoco, Edo. de México, las funerarias cobran por el sepelio más barato un millón de pesos, mientras que por uno "de lujo", más de 15 millones.

5. El DIF en Ciudad Victoria, Tamaulipas, ofrece servicios funerarios desde 80 mil hasta 400 mil pesos. Los velatorios particulares, en la misma ciudad, cobran tres y medio millones de pesos.

6. En promedio, cada familia de Estados Unidos gastó, en la Navidad de 1988, 747 mil 500 pesos en regalos. A su vez, las familias mexicanas destinaron, aproximadamente, 125 mil pesos a esas compras.

7. Diariamente 40 mil mexicanos cruzan la frontera de Mexicali a Caléxico, California, para realizar sus compras en los comercios de esa ciudad estadounidense.

8. El 40 por ciento del agua potable destinada para el consumo de los capitalinos se pierde por fugas y derroche.

consumo insólito

Fuentes:

1. Entrevista con la responsable de la Comisión de Análisis y Servicios Especiales de la Cámara Nacional de la Industria del Embellecimiento Físico, María del Rocío Muriedes, en ***El Financiero****, 14/IX/87, p. 59, y* ***Revista del Consumidor*** *No. 143, enero de 1989.*

2. Adán Anaya, subdelegado de Comercio Interior de la SECOFI en Guadalajara, Jalisco. ***Excélsior****, 29/I/89, p.1*

3. Estudio dado a conocer por la Dirección de Servicios Médicos del ISSSTE en Oaxaca. ***El Heraldo de México****, 15/XII/88, p. 18-A.*

4. Entrevista con los propietarios de lotes de cementerio en la jurisdicción, Esther González y Ricardo Valero, publicada en ***Excélsior****, 18/I/89, pág. 3*

5. ***Revista del Consumidor*** *No. 144, febrero de 1989.*

6. Encuesta realizada por "The Conference Board", publicada en ***Excélsior****, 21/XII/88, p. 1-F, y estimación de la* ***Revista del Consumidor*** *a partir de un estudio realizado por el Congreso del Trabajo, dado a conocer en* ***La Prensa****, 23/XII/88, p. 2*

7. Fred Knechels, presidente de la Cámara de Comercio de Caléxico, California, E.E.U.U., publicado en ***Excélsior****, 21/XII/88, p. 1-F.*

8. Fernando González Villarreal, especialista de la UNAM, en ***El Universal****, 26/XII/88, p. 21.*

Entre nosotros

El Brinco pega el brinco

A partir de este número el suplemento infantil de la Revista, **El Brinco**, ya tiene casa nueva: desde este mes lo encuentra insertado en el **Periódico del Consumidor**, que aparece cada catorce días.

Después de siete años de vida, **El Brinco** cambia de "aires" para llegar a un mayor número de lectores. En su nueva faceta este suplemento será de cuatro páginas y aparecerá dos veces por mes.

Gran premio

Uno de los principales Premios Nacionales de Administración Pública se quedó en el INCO, gracias a dos investigaciones realizadas en noviembre de 1988 por la **Unidad de Análisis Económico** que dirige Verónica Baranda.

La primera investigación se refiere al seguimiento de precios y abasto de 7 líneas de productos (abarrotes comestibles, artículos de limpieza, aparatos electrodomésticos, salchichas y lácteos, ropa y cosméticos, medicamentos y productos perecederos), mientras que la segunda aborda el tema de la metodología a seguir en cuestiones de captura, procesamiento y difusión de precios en las Delegaciones del INCO.

Estas investigaciones se realizaron el año pasado como parte de las acciones en apoyo al Pacto de Solidaridad Económica.

El teléfono del INCO

Durante el mes de enero, tan sólo en el D F los consumidores llamaron 19 mil 318 veces a nuestro Instituto para pedir información sobre precios oficiales de productos básicos y de consumo generalizado, electrodomésticos, entre otros.

De esas consultas telefónicas, 4 mil 184 se refirieron a precios oficiales. Los productos de mayor interés fueron: lácteos, azúcar, gas, huevo, artículos de limpieza, carnes y refrescos.

Por su parte, fueron 4 mil 558 telefonemas para solicitar información sobre precios de electrodomésticos (nacionales e importados), juguetes, materiales para construcción, llantas y refacciones para autos.

Asimismo, fueron turnadas a la Unidad de Consultoría 3 mil 744 llamadas para brindarle asesoría legal al mismo número de consumidores.

"El otro lado de la etiqueta"

A partir del sábado 4 de marzo, el INCO difunde el programa televisivo **"El otro lado de la etiqueta"**. Este se transmite por los canales 7 (12:30 hrs), 13 (15:00 hrs) y 11 (13:30 hrs).

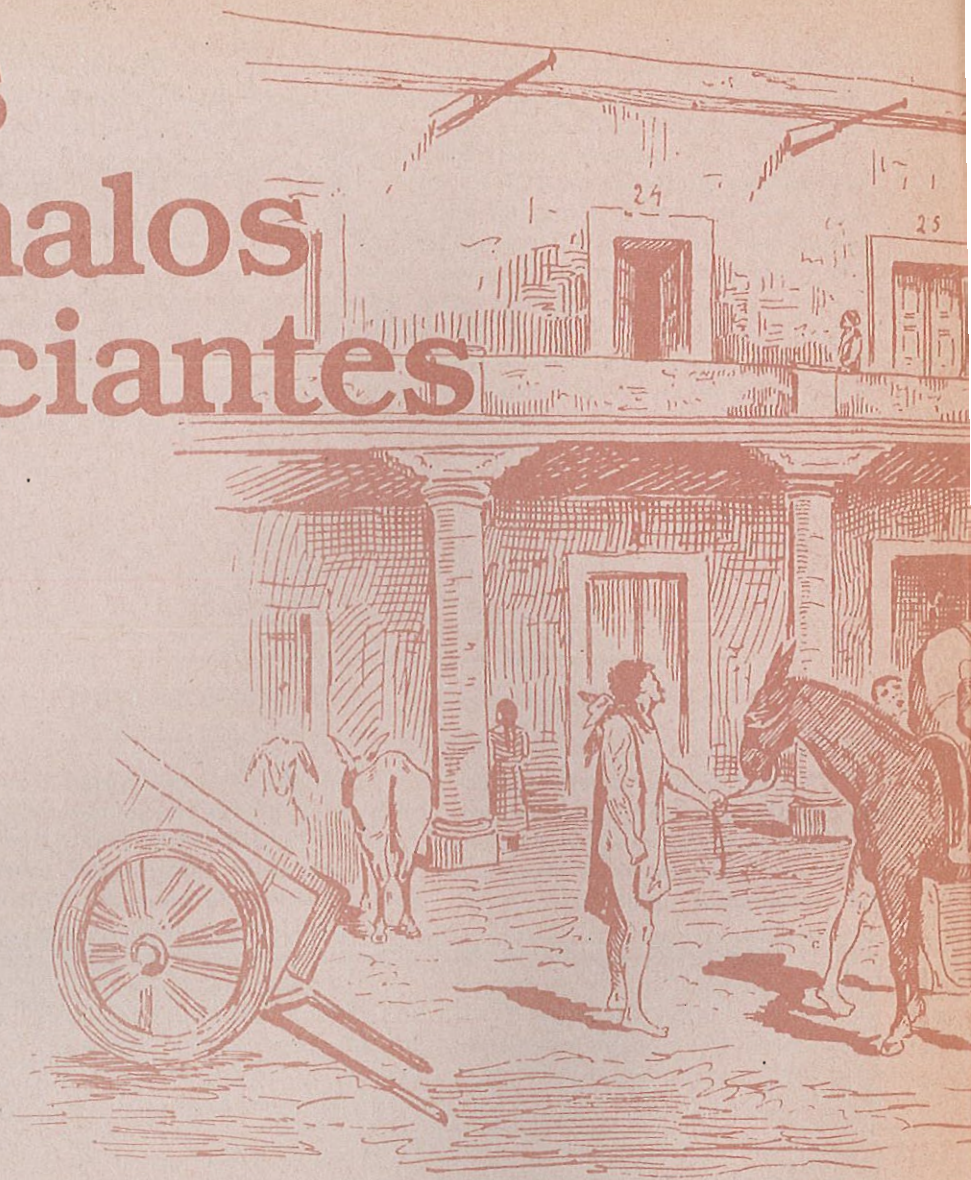
El nuevo programa del Instituto, que sustituye a "Quién es quién en los precios", incluye las secciones Tecnología Doméstica, Hábitos de Consumo, Estudios de Calidad, Derechos del Consumidor, Publicidad, Educación para el Consumo, Consejos Prácticos y los Consumidores Opinan.

Así, el INCO refuerza su labor de orientación e información a los consumidores para que puedan hacer valer sus derechos; promueve la participación ciudadana al invitar al público para que manifieste sus inquietudes, críticas, ideas o sugerencias en materia de consumo.

De igual manera, continúa proporcionando consejos prácticos para realizar una mejor selección de productos y servicios, conservación y mantención de diversos bienes, y orienta sobre las ventajas y desventajas de determinados artículos que no menciona la publicidad engañosa.

"Quién es quién en los precios" sumó en total 39 programas, que fueron difundidos desde el 4 de junio de 1988 hasta el 25 de febrero del presente año.

Azotes a los malos comerciantes



De cuando los mesones eran el refugio de los caballeros andantes y de la primera forma de hotelería en México.

En todo tipo de hoteles, posadas y casas de hospedaje es obligatorio colocar, en lugares visibles para el viajero, sus respectivos permisos de operación y las tarifas que tienen autorizadas. En caso de no hacerlo así, se hacen acreedores a diferentes sanciones.

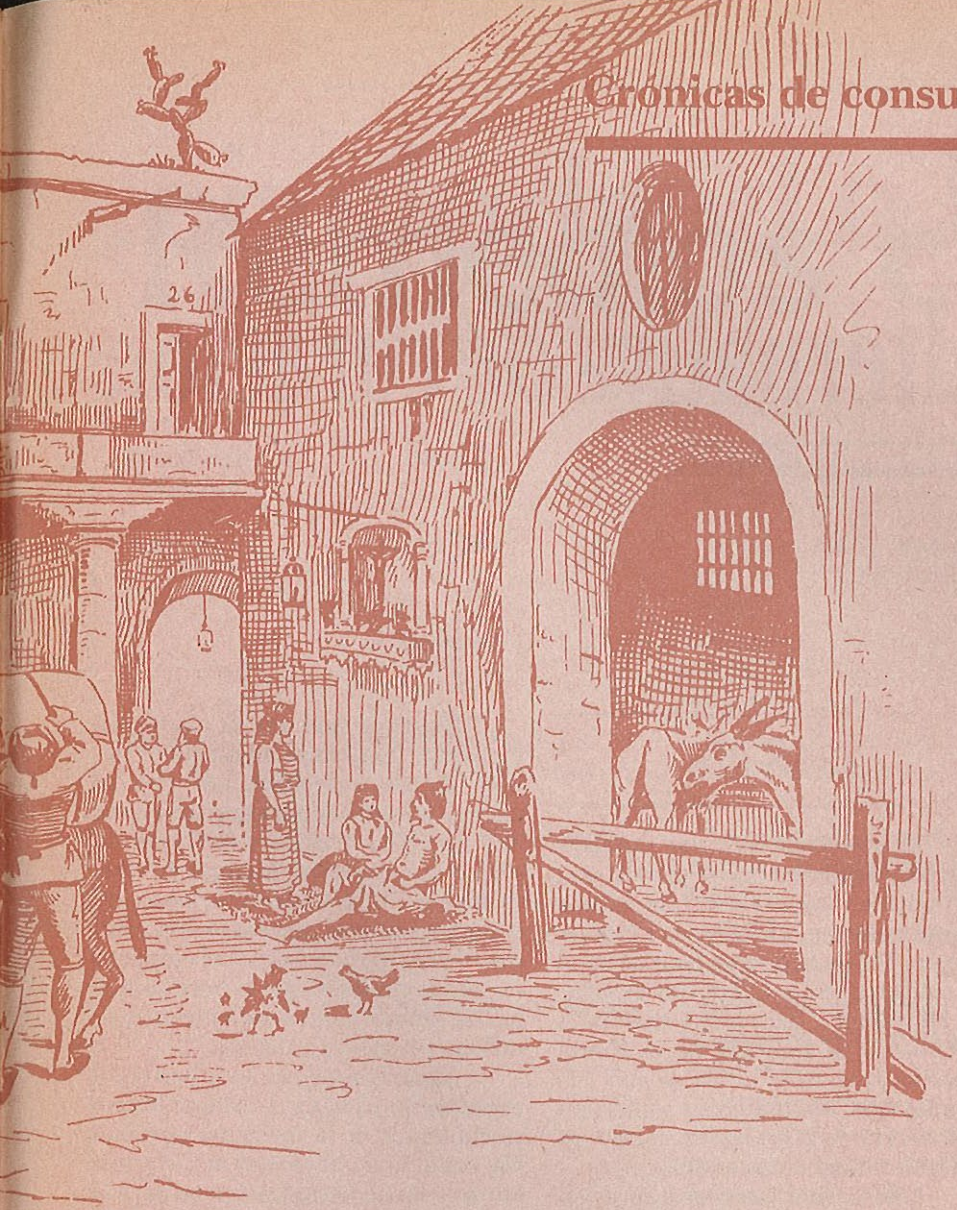
Pues bien, estas medidas de protección al consumidor y regulación de actividades comerciales no son nada nuevas. Los primeros antecedentes de estos correctivos datan de la época colonial.

Según cuenta don Luis González Obregón en su libro **México Viejo**, el primer mesón establecido en la ciudad de México, propiedad de Pedro Hernández Paniagua, fue autorizado en la sesión del Cabildo del primero de diciembre de 1525. En ella, los miembros del Cabildo decidieron: **"los dichos señores dijeron que le hazían e hizieron merced de le dar licencia que pueda hazer un mesón en sus casas adonde pueda acoger a los que a él vinieren e les vender pan e vino e carne e todas las otras cosas necesarias con que guarde e cumpla el aranzel que les será dado acerca de los precios que ha de llevar de las dichas cosas que vendiere".**

Un mes después el Cabildo estableció los precios oficiales que debían regir, para éste o cualquier otro mesón que se estableciese, consistentes en: **"por cada tabla e cada persona que diere de comer o cenar dándole asado e cocido e pan e agua un tomín de oro.., que si dierevino que gane la tercia parte de como valiese por arrobas en la ciudad.., que lleve por cada persona que durmiere en su casa dándole cama de su xergón e ropa limpia de la tierra un real.., que lleve por cada almud mays medio real.., que si vendiere azeite e vinagre o quezo por menudo que gane la tercia parte de como valiere en la Ciudad al dicho tiempo por arroba".**

Vale la pena resaltar las sanciones establecidas por el Cabildo en caso de violación a los precios acordados: **"Todo lo qual mandaron que guarde e cumpla el dicho mesonero o otros cualquiera que tuvieren mesón en esta dicha Ciudad so pena que por la primera vez lo paguem con el quatro tanto lo que ay llevaren en demasiado e por la segunda las setentas e por la tercera le sean dados cient azotes públicamente. E mandaron que tenga este aranzel en parte donde se pueda ver e leer para que cada uno sepa lo que ha de dar so pena de veinte pesos de oro, la mitad para las obras públicas e la otra mitad para el Juez e denunciante".**

Para las ventas y mesones que ya existían en los caminos del país, algunos de los precios que podían cobrar por sus productos eran: **"por una fanega de mahíz un peso de oro.., por una gallina de la tierra (pípila o guajolote) cuatro reales de oro.., por un conejo bueno dos reales de oro.., por una libra de pan de tierra medio real".** En caso de dar leña, fuego, sal y agua los comerciantes no tenían derecho a ganar nada, debía ser totalmente gratis. Pero lo más significativo era la obligación de respetar los pesos y medidas; para ello se establecía: **".., que tenga sus pesas e medidas e no den cosas syn medilla o syn pesalla**



sopena de cient pesos de oro al que lo contratio hiziere el tercio para el que lo acusare e el tercio para el juez que lo sentenciare e el tercio para la cámara e fisco de sus magestades so la cual dicha pena dijeron que les mandavan e mandaron que en todo el mes de agosto primero que viene saquen los aranzeles e los tengan puestos en lugar donde todos los vean e lo puedan leer e mandaron que se pregone".

De cómo era "El volador" mercado principal de la ciudad de México a finales del siglo XVIII y del primer reglamento de mercados.

Corría el año de 1791 cuando, por orden del Virrey Don Juan Vicente Güemes Pacheco de Padilla, Segundo Conde de Revillagigedo, se empezó a construir un mercado de madera en lo que se conocía como La Plaza del Volador, deseando con ello despejar la plaza principal y los patios del Palacio donde se asentaban los más diversos mercaderes.

El 19 de enero de 1792 fue inaugurado tal mercado, qûe según la Gaceta de aquella época, tenía las siguientes características: **"Compónese por la parte exterior de noventa y seis caxones cerrados de madera, que hacen frente a uno de los costados del Real Palacio y calles de la Universidad, Porta Coeli y Flamencos, y por la interior de otros tantos puestos fixos situados a la espalda de aquéllos, todos los cuales pueden trasladarse a otro sitio en caso necesario. A más de los expresados tiene otros ochenta puestos movibles en los tinglados que forman una segunda calle en el centro, y veinte y nueve casillas construidas a semejanza de los primeros puestos para los Barberos; y en el centro una fuente dispuesta con tal artificio que solo ministre la agua necesaria al que ocurra a sacarla, para así evitar las consecuencias de los derrames. Se ha asignado a cada clase de efecto, frutos y manufacturas su lugar respectivo para evitar confusión y facilitar el comercio diario..."**

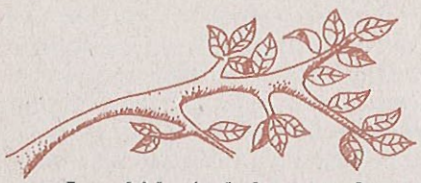
En el mismo documento se señala **"...para que en todo se observe un orden constante y se pueda ocurrir con prontitud al remedio de todo lo que lo exija, se ha de nombrar anualmente por Juez de dicho mercado a uno de los individuos del Excmo. Ayuntamiento, a fin de que asistiendo a él a las horas asignadas por mañana y tarde, pueda decidir verbalmente las questiones u quexas que se susciten, y en el caso de cometerse culpa digna de castigo, providenciar la aprehensión de los delinquentes y su remisión a la cárcel de la Diputación a disposición del Señor Corregidor".**

Multas en efectivo, azotes, cárcel a los comerciantes que infringieran las normas establecidas por la autoridad, èran las penas que se imponían durante la época colonial para lograr la protección de los derechos de los consumidores de ese entonces. Hoy las sanciones no contemplan los azotes, la cárcel sólo ocurre en casos extremos, pero sí se aplican las multas en efectivo y sanciones administrativas, como la clausura, que quizá afecten más los intereses de los comerciantes que meterlos a la cárcel o azotarlos.

Fuente: México Viejo, González Obregón. Ed. Patria. 9a. edic. México 1960.

La herbolaria, alternativa de curación

José Eduardo Aguilar Magaña



La sabiduría de la naturaleza es notable: no sólo provee al hombre y a los animales de alimento, luz, agua, aire y calor, sino que también les dá la oportunidad de curarse de diversas enfermedades por medio de las plantas.

Las plantas contienen, en mayor o menor medida, sustancias (los llamados alcaloides y glucósidos) que actúan sobre las grandes funciones orgánicas, como la respiración, la circulación o las funciones del sistema nervioso, de tal manera que obran en el organismo entero, contrarrestando los factores, situaciones o procesos que provocan enfermedades.

La eficacia de las plantas medicinales ha sido probada a lo largo de los siglos. Las grandes civilizaciones de la antigüedad, incluidas las prehispánicas, en América, estudiaron y clasificaron las distintas variedades de plantas de sus lugares de origen y formaron impresionantes catálogos de hierbas curativas con las que trataban diversas enfermedades.

Tiempo atrás

El conocimiento que nuestros antepasados tenían sobre plantas medicinales era superior al que existía, en ese entonces, en Europa. El rey de España, Felipe II, envió a estas tierras a su médico personal, el doctor Francisco Hernández, para que estudiara la botánica y la zoología de la Nueva España. Este halló cerca de mil 200 plantas que los indígenas utilizaban con fines medicinales en forma de bálsamos, ungüentos e infusiones.

Estos conocimientos han llegado hasta nuestros días. Muchos grupos étnicos, como los otomíes, lacandones, huicholes, yaquis, tarahumaras, tarascos y mixtecos, entre otros, continúan utilizando esta forma de curación.

Nuestro país es especialmente rico en variedades de plantas medicinales, con más de 2 mil plantas clasificadas, la mayoría de ellas heredadas de nuestras antiguas culturas; sin embargo, buena parte de la población principalmente de zonas urbanas no conoce sus beneficios y la forma de usarlas.

Al igual que en la medicina moderna, las plantas medicinales tienen un uso específico, por ello es necesario conocer para qué sirve cada una de ellas, la dosis y la forma de preparar y tomarlas. Algunas de ellas contienen altas concentraciones de sustancias activas que pueden ocasionar efectos perjudiciales si se emplean en mayor cantidad que la necesaria o, por el contrario, no surten efecto si se utilizan en menor cantidad.

Algunas instituciones se han preocupado en investigar y divulgar los conocimientos de la medicina herbolaria, como una alternativa de curación barata y sin demasiados riesgos para la salud. Si desea mayor información acerca del uso adecuado de las plantas medicinales acuda al Instituto Nacional Indigenista, en Av. Revolución 1279 en la ciudad de México, o a sus delegaciones en los estados.

Algunas de las plantas medicinales más utilizadas y eficaces las podemos conseguir fácilmente en cualquier mercado, e incluso forman parte de nuestra alimentación diaria. Tal es el caso del maíz, la zanahoria, la col, el limón y muchas otras, que, utilizadas adecuadamente sirven para curar diversas enfermedades.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores.
El contenido de los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Revistas del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos del Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro No. 015-1176. Características 218621408.

Remedios caseros

Nombre de la planta	Utilidad	Modo de empleo
Aguacate	- Disentería	- Muela y ase la semilla. Tome media cucharadita en ayunas.
	- Parasitosis	- Muela y ase la cáscara y semilla. Tome una cucharada 3 veces al día.
Berro	- Inflamación de las mucosas de la boca	- Muela los tallos y las hojas y tome 4 cucharadas en ayunas.
Zanahoria	- Cicatrización de llagas	- Tome y corte una zanahoria fresca. Aplíquela sobre la llaga.
	- Comezón	- Frote la zanahoria sobre el área afectada.
	- Bronquitis, tos y afonía	- Ralle, obtenga el jugo y añádale una cucharadita de miel y bébalo.
	- Parasitosis	- Lave bien las hojas y póngalas a cocer en un poco de agua. Saque el jugo y tómelo dos o tres veces al día.
Guayaba	- Diarrea en adultos	- Coma la fruta cruda o mastique las hojas crudas.
Maíz	- Fiebre, reumatismo	- Ponga a hervir la barba del maíz seca. Endulce y beba dos o tres veces al día la infusión caliente.
Hierbabuena	- Cólicos - Mala digestión - Vómitos	- Hierva las hojas y tome el té caliente 2 ó 3 veces al día.
Limón	- Dolor de garganta	- Hierva las hojas en agua y beba la infusión 3 veces al día.

Fuentes: - *Plantas Curativas de México*
Dr. Luis Cabrera. Libro-Mex. Editores.
- *Instituto Nacional Indigenista.*

EN TELA DE JUICIO

La salchicha de la discordia

¿Cambiaría a su abuelita por una salchicha? Seguramente no, pero quien ideó el comercial televisivo de salchichas Zwan pensó que sí. Dos niños que pasan una temporada en casa de su tía, de pronto empiezan a empacar sus cosas. Han decidido irse con su abuelita, pero no por amor o cariño, sino porque ella les da salchichas "rositas" de la marca mencionada. Para evitar que los niños se vayan con la abuelita, la tía opta por comprar las salchichas Zwan. Y todo resuelto: los pequeños quedan felices saboreando su producto favorito, olvidando por completo a la abuelita. El publicista de Zwan trasgrede el Artículo 7o. del Reglamento de Control Sanitario de la Publicidad, al conferirle a su producto un valor de carácter afectivo y por sugerir que la adquisición de salchichas es un factor determinante para modificar la conducta de las personas. Además, omite la información de las características de su producto y del valor nutritivo que pueda tener. En este comercial un embutido es más importante que el amor familiar. Usted, ¿qué opina?

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR